

'n Landboublad as “sosiale barometer”: *Landbouweekblad* as aanwyser van een eeu se landbou-ontwikkeling

Lizette Rabe

Lizette Rabe, Departement Joernalistiek, Universiteit Stellenbosch

Opsomming

Die Afrikaanse landboutydskrif *Landbouweekblad* vier in Mei 2019 sy eeufees. Hierdie artikel beskou vanuit 'n mediageskiedkundige asook tydskrifstudie-vertrekpunt die ontstaan en ontwikkeling van die blad sedert 1919. 'n Oorsig vanuit 'n mediageskiedkundige perspektief, saam met 'n kortbegrip van tydskrifstudie as onderontwikkelde navorsingsveld in Suid-Afrika, word as fundamentele vertrepunte aangebied met as kernbegrip tydskrifte as sosiale barometers van hul tyd. Dié begrip van tydskrifte as barometers is 'n gepaste metafoor gesien die fokus van die artikel, aangesien die landbou van die stand van 'n barometer afhanklik is as aanwyser van goeie of slegte nuus. 'n Oorsigtelike bespreking van die politieke ekonomie van die mediateorie, veral toepaslik in die lig van die ontstaansgeskiedenis van die blad in sy spesifieke sosiopolitieke omstandighede, volg. Daarna word 'n chronologiese boekstaving van die blad se ontstaansgeskiedenis aangebied. Kontekstueel kan die gevolgtrekking gemaak word dat dit vandag 'n dinamiese produk te midde van groot uitdagings is. Sy eeufees word gevier te midde van erge onsekerheid rondom die landbou (die teikenmark wat dit bedien) asook die tegnologierevolusie (as mediaproduk). Ook hierin toon dit egter sy fundamentele aard as “sosiale barometer” deur byvoorbeeld sy leierskap met die aanbied van die 2018-konferensie oor grondhervorming in 'n tyd van sosiopolitieke onstabiliteit. Wat betref mediavernuwing as gevolg van die tegnologierevolusie het die blad ook gemorfeer in nuwe produkte in antwoord op uitdagings betreffende die ontwrigtende digitale ekonomie. As finale gevolgtrekking kan dit gestel word dat die doelwitte van een eeu gelede steeds nagestreef word en dat die blad inderdaad beskryf kan word as 'n sosiale barometer wat die stand van sake, of “temperatuur” en “klimaat”, kon “lees” en in sy blaaie kon weerspieël.

Trefwoorde: Afrikaans; barometer; landbou; landboujoernalistiek; Media24; mediageskiedenis; Naspers; politiek; politieke ekonomie van die media; tydskrif; tydskrifstudie.

Abstract

An agricultural magazine as “social barometer”: The Afrikaans magazine *Landbouweekblad* as an indicator of agricultural developments over one hundred years

This article presents an overview of the hundred years of the magazine *Landbouweekblad*, which was founded in May 1919 and thus celebrates its centenary this year. The article is presented from a (media-) historical and magazine studies point of departure – the latter a subfield that is particularly underemphasised in South African media and journalism studies. The concept of magazines as social barometers of their time, as espoused by Querusio (2013) and Johnson and Prijatel (2007) as pre-eminent magazine studies scholars, is presented together with the theoretical point of departure of the political economy of the media as an appropriate approach. The origin and development of this particular agricultural magazine are recorded against the goals set by the publication itself in response to the socio-economic political realities of South Africa when it was established in 1919, and as it developed over the next ten decades. It can indeed be understood in terms of the metaphor of magazines as being social barometers of their time, as presented within the field of magazine studies.

Following that discussion, this particular magazine’s development, based on idealistic-ideological as well as market-driven ideals, is presented. These could also be described as both a service objective and a profit objective of its founding company, Naspers (Rabe 2015:12). The fact that the magazine was supposed to have been closed down, but never was, is proof of the latter. The decision was never executed, with the result that the magazine could continue “for the time being” – something that is probably unique in the history of a magazine. No minutes could since be found in which the decision to discontinue the magazine was retracted (Smith and Du Preez 2008:2), which means it is still being published “provisionally” to this day.

The issue of the development of Afrikaans is also briefly highlighted, as the language had not been officially recognised when the magazine was founded in 1919.

As stated, both media history and the field of magazine studies are regarded as foundational for this article. The former approach as a field of study was argued extensively in Rabe (2014). For the latter, magazine studies, the strong link between a magazine and its community, and the concept of the magazine as a “social barometer”, “measuring” the state of that society, is emphasised by Johnson and Prijatel (2007:90). Although magazines are “dynamic members” of a community, change can happen only when the magazine’s “messages” are heard in that community. One could, therefore, ask what the phenomena were that *Landbouweekblad* “measured” in the community it served between 1919 and 2019, and how it recorded those messages as a response to those readings of the “ecology” in which it found itself. For this article, as a media-historical project, a qualitative research method was followed whereby the researcher used primary and secondary sources for data collection in order to build a “critical contextual link” between the past and present (Lundy 2008:395). By doing so, the researcher tries to present *Landbouweekblad* by highlighting only a few aspects of its history over one century. The author supports Lundy (2008:396), who emphasises that the historical method is more than the collection of data and the resulting report, and that historical research indeed is considered to be one of the most common forms of archival research. Or, as Rubin, Rubin and Piele (2005:221) write, to “accurately reflect what has

happened and to clarify the relationship between social institutions, conditions, people, and events”. This study, although not a content analysis of *Landbouweekblad*, therefore attempts to show how the magazine tried to accurately report (or “measure”) what the relationships were between “social institutions, conditions, people and events”, and thus tries to provide “theoretical and holistic conclusions about historical events and eras”.

As it is impossible to reproduce every aspect of history, media historians merely try to collect, merge and interpret “fragments” (Scannell 2002:201). With this reality of merely being able to present “fragments”, it is important to sketch briefly the political-economic situation of the target market that *Landbouweekblad* served. White Afrikaners were politically, economically, financially and culturally on their knees after the South African War, which increased the impetus for Afrikaner Nationalism. The post-war situation, also that of the World War I, led to the fact that by 1936, 50% of one million Afrikaners were urbanised (Morris 2012:20). Few of these first-generation urban Afrikaners, also called “poor whites”, could compete for jobs in an urban economy, because they had neither the training nor the experience for city professions. According to Giliomee (2012:300) a study showed that 44 Afrikaners from a class of 100 school beginners in 1933 would leave school without having completed standard 6 (grade 8 in today’s terms). Only eight would pass matric, and fewer than three would go to university. Afrikaners’ per capita income was half of that of English speakers. Only a few “Afrikaner” companies were established at that time (Morris 2012:20). They were Naspers (today Media24, as a subsidiary of Naspers, the owner of *Landbouweekblad*), Santam, Sanlam and Volkskas. By the end of the 1930s, the Afrikaner share in mining was 1%, 3% in manufacturing, 5% in the financial sector and 8% in trade and industry. According to Morris, only 3% of professional positions were filled by Afrikaners in 1939. During all these decades, as a social barometer *Landbouweekblad* recorded changes in technology, politics and modernisation. For instance, it called the post-World War II technological changes in agricultural mechanisation a “revolution”. This is but one example of how the magazine developed over its ten decades, measuring the ecology within which it existed.

The current uncertainty in the agricultural sector is reflected in the statistical forecast relating to commercial farmers in South Africa (which, in turn, undoubtedly impacts on food security, and thus stability) in the country. The number of South African farmers declined from 61 000 in 2006 to 46 000 in 2012, and 38 000 in 2015 (Gericke 2018). The forecast is that they will number only 8 000 by 2030. The unstable political climate and land reform crisis, not only in agriculture, but in South Africa as a whole, stem from the fact that no action has been taken in terms of the critical land redistribution since democratisation in 1994 (Joubert 2012:581–99). South Africa’s unemployment rate in 2010 was between 24% and 42%, depending on how it was measured. Unrealistic goals that led to the current political tension were that by 2014, 30% of arable agricultural land already had to be black-owned. According to Joubert, this did not happen, as implementation was severely “hampered by corruption”. As a result, and amid massive uncertainties and fears, the magazine, as a “social barometer”, together with Agri SA, hosted a land reform conference in August 2018 which was described as a “turning point in the whole land debate” (*Landbouweekblad* 2018:22). The magazine itself thus responded to various “climatic” conditions amid upheavals in its own industry’s ecology by diversifying and morphing into different products, not only in print, but also in digital, online form as well as in other media, such as a TV programme. One can, therefore, conclude that the magazine has remained relevant over its ten decades.

It appears that “adaptability” is the magic word that characterised *Landbouweekblad*’s longevity (Verster 2011). Indeed, the magazine, along with its target market, has “become even more professional with a scientific approach in its specialisation, namely agricultural journalism, with more expert attention to issues such as production, farm management and marketing” (Spies 1992a:377).

In 2019, in the magazine’s centenary year, the agricultural industry that the magazine is serving faces huge challenges. Given the magazine’s background, it can be concluded that the goals it set for itself one century ago are still being pursued, and that the magazine can indeed be described as a barometer for the agricultural industry and South Africa. Indeed, within the agricultural concept of a barometer as an indicator of weather patterns, and thus as being of vital importance to agriculture in terms of good or bad news, it could be said that the magazine has been, and still is, a social barometer of its time over its existence of one hundred years.

Keywords: Afrikaans; agriculture; agricultural journalism; barometer; magazine; magazine studies; Media24; media history; Naspers; political economy of the media; politics

1. Inleiding

Hierdie artikel bied ’n oorsig van die 100 jaar van die tydskrif *Landbouweekblad*¹ wat in Mei 1919 gestig is en dus vanjaar sy eeufees vier. Die artikel word aangebied vanuit ’n (media)geskiedkundige en tydskrifstudie-vertrekpunt. Die eersgenoemde substudiesveld van mediageskiedenis word aangestip, waarna ’n kortbegrip van tydskrifstudie volg – ’n subveld wat veral ook nog onderontgin in die Suid-Afrikaanse media- en joernalistiekstudie is. Die konsep van tydskrifte as “sosiale barometers” van hul tyd binne die veld van tydskrifstudie word vervolgens bespreek. Die agtergrond waarteen die blad ontstaan het, word beskou as noodsaaklike konteks, en word dus ook aangebied. As teoretiese vertrekpunt is die politieke ekonomie van die media ’n gepaste benadering. Daarna word die ontstaan en ontwikkeling van die blad geboekstaaf teen die doelwitte wat die blad vir homself gestel het in reaksie op die sosiopolitieke werklikhede van Suid-Afrika. Dit kan saamgevat word binne die metafoor van tydskrifte wat binne die tydskrifstudie as sosiale barometers van hul tyd beskryf word, soos wat in 2.4 uiteengesit sal word. Die blad se ontwikkeling aan die hand van idealisties-ideologiese en markgedrewe ideale² word vervolgens bespreek. Dit kan ook beskryf word as ’n diensdoelwit sowel as ’n winsdoelwit (Rabe 2015:12). Inderdaad, die feit dat die blad in ’n stadium volgens ’n direksiebesluit gesluit moes word, is bewys daarvan. Die besluit is egter nooit deurgevoer nie en ’n opvolgende besluit dat die blad “voorlopig” kan voortbestaan, is waarskynlik uniek in die geskiedenis van ’n tydskrif, want dit word vandag steeds “voorlopig” uitgegee.

Die kwessie van die ontwikkeling van Afrikaans word ook kortliks belig, aangesien die taal teen 1919 nog nie amptelik erken was nie. Die blad kan 100 jaar later beskryf word as ’n “sosiale barometer” wat die “klimaatstoestand” “lees”, soos gesien kan word uit die rigtinggewende grondhervormingskonferensie wat in 2018 saam met Agri SA aangebied is – nie net in die belang van sy eksklusiewe (Afrikaanse, landbougerigte) teikenmark nie, maar

ook in die belang van 'n inklusiewe (Suid-Afrikaanse) een. Wat media-uitdagings betref, is sy vertakking van onder meer die TV-program *Landbouweekliks* blyke van vernuwende en dinamiese produkontwikkeling binne 'n ontwrigtende digitale-media-ekologie. Dit kan gesien word as bewys dat die blad getrou is aan sy ontstaansdoelwitte soos ook vervat in sy eerste redakteursbrief van 21 Mei 1919 (sien Figuur 1). Inderdaad kan binne die landboukundige beskouing van 'n barometer as aanduider van weerpatrone, en dus van wesensbelang vir die landbou wat betref goeie of slegte nuus, gesê word die blad was, en is, 'n sosiale barometer van sy tyd oor sy bestaan van 100 jaar wat verskeie “klimatologiese” toestande aangedui het.

2. Vervlegting van mediageskiedenis en tydskrifstudie as begronding

Die mediageskiedenis asook tydskrifstudie as subdissiplines binne die media- en joernalistiekstudie word as begronding vir die bespreking van die ontstaan en ontwikkeling van *Landbouweekblad* en sy honderdjarige bestaan gebruik. Tydskrifte vervul 'n unieke rol in die geskiedenis omdat hulle 'n soort middeweg tussen boeke en koerante was en is (Sumner en Rhoades 2006:129; Navasky en Cornog 2013:viii).

2.1 Mediageskiedenis

Precht (2017:10) skryf dat geskiedskrywing geen wetenskap is wat ysere vasgelegde reëls volg nie; net so min is dit die teenoorgestelde, naamlik 'n kuns, of verteenwoordig dit iewers 'n middegrond, naamlik dat dit 'n potpourri van menings is. Inderdaad, skryf hy, selfs net wat filosofiegeskiedenis behóórt te wees, is reeds 'n filosofiese vraag, en tussen een beskouing en 'n volgende lê nie net verskillende epogge lê, maar verskillende wêrelde. En dit is uiteraard subjektief, wat herinner aan Carr (1961) se klassieke Cambridge-lesingreeks *What is history?*. Die antwoord weerspieël altyd, bewustelik of onbewustelik, die vraesteller se eie posisie in tyd, en dit vorm deel van 'n breër vraag oor die samelewing waarin ons ons bevind (Carr 1961:2). Hierby moet gevoeg word dat “geskiedskrywers gereeld gewaarsku word – sonder dat hulle die waarskuwing ernstig opneem” – dat daar nie so iets soos 'n “suiwer” feit is nie en dat wat as “historiese feite” beskou word, 'n intellektuele besluit is (Furet 1983:403–4; my vertalings hier en elders).

In hierdie artikel word dus slegs maar probeer om enkele aspekte van 'n landboutydskrif se honderdjarige bestaan te boekstaaf. Die skrywer is deeglik bewus van geldige beperkinge. Een daarvan is dat so 'n boekstaving slegs maar gedeeltelik kan weergee wat die “gewese werklikheid” was, soos per die bekende diktum van Von Ranke, die “vader” van die moderne geskiedskrywing. Ander tersaaklike skrywers oor die wese van geskiedskrywing, en slegs 'n paar, is Verbeeck (2000), Brown (2003), Berger (2011) en Woolf (2011). Vir Verbeeck (2000:387) kan geskiedskrywing byvoorbeeld ook as 'n “teenwoordige verlede” geïnterpreteer word.

Na aanleiding van bostaande kan 'n mens die vraag stel: Wat lê opgesluit tussen 1919 en 2019 en die 100 jaar waarin *Landbouweekblad* gepubliseer is? Dit geld nie net die verskillende “epogge” of “wêrelde” wat die 100 jaar weerspieël nie, maar ook wie die vraesteller is, en waar die vraesteller haar of hom bevind, soos bo aangedui.

Wat betref die metodologiese benadering vir 'n mediageskiedkundige projek, word 'n kwalitatiewe navorsingsmetode gevolg waarvolgens die navorser primêre en sekondêre bronne vir dataversameling gebruik om 'n "kritiese-kontekstuele skakel" tussen die verlede en die hede te bou (Lundy 2008:395). Daarmee probeer die navorser die verskynsel (in hierdie geval *Landbouweekblad*) voorstel deur slegs maar 'n paar aspekte van die geskiedenis daarvan oor een eeu te belig. Lundy (2008:396) beklemtoon ook dat die geskiedkundige metode meer is as die versameling van data en die verslaglewering daarvan; dit probeer terselfdertyd teoretiese en holistiese gevolgtrekkings oor historiese gebeure en eras verskaf. Dit is vanselfsprekend onmoontlik om elke aspek van 'n geskiedenis weer te gee, maar desnieteenstaande probeer (media)geskiedkundiges "fragmente" versamel, saamvoeg en interpreteer (Scannell 2002:201).

Geskiedkundige navorsing word beskou as een van die mees algemene vorme van argivale navorsing, of, in die woorde van Rubin, Rubin en Piele (2005:221): "[O]m akkuraat weer te gee wat gebeur het en duidelikheid te gee oor die verhouding tussen sosiale instellings, toestande, mense, en gebeure". Hoewel hierdie studie nie 'n inhoudsanalise van *Landbouweekblad* insluit nie, kan dit gestel word dat die tydskrif akkuraat probeer rapporteer het wat aan die orde van die dag was, asook die verhouding tussen "sosiale instellings, toestande, mense en gebeure".

Wat die mediageskiedenis as fokusgebied in mediastudie betref, beskryf bronne dit as 'n relatiewe "onlangse fenomeen" (Sonderling 1995:87). Ook Wigston (2007:5) skryf dit is 'n onderbestudeerde subdisipline binne die veld van die media- en joernalistiekstudie. Hierby kan Conboy (2012:1) se mening gevoeg word, naamlik dat mediageskiedenis een van die mees vrugbare, maar onontginde, subvelde van die joernalistiekstudie is.

Mouton (2001:170) beskryf 'n geskiedkundige studie as 'n poging om die verlede te rekonstrueer. Deur onder meer narratiewe kan so 'n geskiedenis so na as moontlik weergegee word (Mouton 2001:171). 'n Uitvoerige bespreking van die aard en problematiek van mediageskiedskrywing binne die sosiale wetenskappe en die geesteswetenskappe en dus kritiese of positivistiese benaderings, verskyn in Rabe (2014). Fourie (2007:145) se stelling dat kritiese en positivistiese vertrekpunte die "twee groot teorieë is waaruit alle massakommunikasienavorsing ontwikkel het", word onderskryf. Geskiedskrywing is in wese 'n kombinasie van die twee en 'n samesmelting van die twee paradigmas. Positivistiese navorsing word aangevul met kritiese vertolking en waardebeplanning, en kritiese navorsing staaf bevindings met empiriese bewyse.

Dit sou dupliserend wees om so 'n bespreking vir die doel van hierdie artikel te herhaal, maar wat as verrykend tot hierdie artikel toegevoeg kan word, is 'n bespreking van 'n verdere subveld, naamlik tydskrifstudie, ook omdat dit 'n relatiewe braakland is. Dié beeldspraak van "braakland", saam met die tydskrifstudie-term *sosiale barometer*, waarvolgens die tydskrif die "klimaatstoestand" daar buite weerspieël, is veral gepas vir die fokus van hierdie artikel, naamlik die geskiedenis van 'n landboutydskrif.

Die subdisipline van tydskrifstudie word vervolgens bespreek.

2.2 Tydskrifstudie

Hoewel tydskrifstudie in sy geheel 'n onderbestudeerde subveld in die Suid-Afrikaanse mediastudie is, is 'n aantal studies, hoofsaaklik magisterstudies, binne die veld al afgehandel. Onder hulle tel dié van Rabe (1985), met meer onlangse magisterstudies dié van Townsend (2004), Rossouw (2005), Nanny (2007), De Villiers (2009), Ekron (2010) en Van der Linde (2010). As joernaalartikels het Laden (2001; 2015), Odiambo (2008) en Rabe (2016) oor verbruikerstydskrifte geskryf. Vanselfsprekend word gereelde marknavorsing deur die onderskeie tydskrifuitgewers en hul beherende maatskappye gedoen, maar dit geld nie as sosialewetenskap-gefundeerde navorsing nie. Die spesifieke onderwerp van hierdie artikel, *Landbouweekblad*, was, sover in 'n uitgebreide e-soektoeg vasgestel kon word, en ook met die hulp van 'n spesialis-biblioteekkundige, in sy honderdjarige bestaan die onderwerp van maar slegs een akademiese studie. Dit was 'n studie oor die landboutydskrifte *Landbouweekblad* en *Farmer's Weekly* as kultuurhistoriese bronne (Moolman 1990). In onderskeidelik 1990 en 1992 het die blad aandag gekry in drie mediageskiedkundige werke wat as gedenkpublikasies vir die 75ste bestaansjaar van destyds se Naspers³ uitgegee is (Muller 1990; Beukes 1992a; Beukes 1992b). Die tydskrif het self verskeie mylpaal-gedenkuitgawes gepubliseer (die jongste byvoorbeeld vir sy 95ste jaar [Gedenkuitgawe 2014]), terwyl 'n spesiale eeufeespublikasie ten tye van die skryf van hierdie artikel voorberei word.

Die opvatting van 'n tydskrif as sosiale barometer wat 'n spesifieke gehoor, of sy mark (uit die perspektief van die politieke ekonomie van die media gesien), “meet”, word wyd aanvaar (Rossouw en Rabe 2014). Tydskrifte dien as agendabepalers, bewerkstellig kulturele verandering, en dien as sulks as sosiale barometers wat die verandering in hulle omgewing waarneem en weergee (Queruso 2013). Hierdie artikel wil dus die geskiedenis van *Landbouweekblad* binne die veld van mediageskiedskrywing, en tydskrifstudie binne die politieke en kulturele faktore wat op mekaar ingespeel het sedert die ontstaan van die blad, belig.

As konteks, en omdat tydskrifstudie nog 'n onderontginde veld in Suid-Afrikaanse mediastudie is, word die volgende as konteks en agtergrond vir hierdie artikel aangebied. Tydskrifte het in die “nuwe wêreld” van Amerika ontstaan weens 'n tekort aan boeke – vandaar die Engels *magazine* – 'n magasyn wat wapens opberg; in hierdie geval egter inligting (Claassen 1998:119). Tydskrifte sou “bergplekke van verskeie (soorte) literêre materiaal wees wat saamgestel is uit boeke, pamflette en koerante en binne een omslag gebind is”. Omdat tydskrifte nie so 'n druk spertyd gehad het soos byvoorbeeld koerante nie, was hul krag daarin geleë dat inligting in meer besonderhede aan meer gespesialiseerde nisteikenmarkte gelewer kon word. Tydskrifte was, volgens McLean (in McKay 2006:6) “langerlewend as 'n koerant, maar minder permanent as 'n boek”. Holmes en Nice (2012:4) verwys na die pionier-tydskrifhistorikus Frank Luther Mott, wat die Pulitzerprys vir Geskiedenis in 1939 gewen het vir sy 1938-werk *A history of American magazines* (Deel I en II). (Dit kon nie in Suid-Afrika opgespoor word nie en 'n e-weergawe was onbekostigbaar; vir die doeleindes van diegene wat dit tog wil naslaan, word die besonderhede daarvan wel in die bibliografie aangedui.) Volgens Holmes en Nice het Mott 'n tydskrif beskryf as “'n gebonde pamflet, min of meer gereeld uitgegee ... en met 'n verskeidenheid van leesstof”. Johnson en Prijatel (2007:3), gereken as voorste hedendaagse tydskrifstudekenners, skryf dat die woord *magazine* stam uit die Arabiese *makhazin*, wat 'n “emporium of bergplek van goedere” beteken. In 1731 het die uitgewers van die *London Gentleman's Magazine* die

woord as deel van hul titel gebruik en aangedui dat dit kom van die Frans *magasin*, wat “winkel” beteken (McKay 2006:6).

Hoe ook al ’n tydskrif vandag beskryf word, dit kan aanvaar word dat dit spesifieke eienskappe bevat, met gespesialiseerde inhoud gerig op ’n spesifieke teikenmark (Johnson en Prijatel 2007:3-14). Johnson en Prijatel (2007:14) bied die volgende definisie:

Tydskrifte word gedruk en gebind en bied diepte-inhoud met artikels wat dikwels tydloos is. Die inhoud kan mening en interpretasie sowel as voorspraak (*advocacy*) bevat, en is gerig op ’n goed-gedefinieerde en gespesialiseerde gehoor; dit word gereeld gepubliseer; en het ’n vaste formaat.

Wat betref die ontwikkeling van die pers in die latere Suid-Afrika: Daar was tydens die VOC-besetting van die Kaap van 1652 tot 1795, en toe weer van 1800 tot 1806, geen persvryheid nie. Die VOC-regering was bang dat persvryheid tot ’n revolusie kon lei (Claassen 1998:122). In die daaropvolgende eerste deel van die Britse koloniale besetting, tot ongeveer 1830, was daar ook geen persvryheid nie, waarna beperkte persvryheid gegeld het. Die Nederduitse Gereformeerde predikant Abraham Faure kan beskou word as die grondlegger van die Kaaps-Hollandse, later Afrikaanse, tydskrifwese toe hy in 1824 *Het Nederduitsch Zuid-Afrikaansch Tijdschrift* saam met Thomas Pringle, wat ’n Engelse weergawe uitgegee het, gestig het (Du Plessis 1943:8). Faure het in 1849 *De Gereformeerde Kerkbode*, voorloper van *Die Kerkbode*, die oudste bestaande nuusblad in Suid-Afrika, gestig. Die voorloper dáárvan was *De Honigby*, die Kaap se eerste godsdienstige publikasie (De Kock 1982:33).

2.3 Sosiopolitieke konteks

Dié vroeë Kaaps-Hollandse publikasies was die eerste mondstuk vir die Hollands-Afrikaanssprekende burgers. Die verengelsing van die Kaap in die loop van die 19de eeu en die Suid-Afrikaanse Oorlog (SAO)⁴ van 1899 tot 1902 het Afrikanernasionalisme laat ontwikkel en gedy.

Suid-Afrika, voorheen geopolities twee Brits-beheerde kolonies en twee onafhanklike Boererepublieke, het ná Uniewording in 1910 van ’n landbouland met ’n bestaanseconomie tot ’n nywerheidsland ontwikkel (Visser 2012:183). Die oorlog is beskryf as ’n “verwoestende geval van wit-op-wit-geweld” en dat dit tussen wit Afrikaanse en Engelse Suid-Afrikaners ’n soort nasionalisme gestimuleer het wat rassesseiding verdiep het. Dit sou uiteindelik lei tot die vereniging van Afrikaners “rondom die idee van etniese oppermag” wat uiteindelik tot apartheid gelei het. Ironies genoeg was die verdeeldheid tussen Afrikaners en Engelse juis ook ’n onderlinge “rasseprobleem” (Morris 2012:13).

Die Nasionale Pers is in 1915 gestig as antwoord op Afrikanernasionalisme se behoefte aan ’n spreekbuis ter bemagtiging van die Afrikaner wat ná die SAO polities, kultureel en ekonomies verarm was (Rabe 2015:11–3). Die stigting van Naspers kan beskou word as ’n kantelpunt in die Suid-Afrikaanse mediageskiedenis. Hoewel aanvanklik sukkelend, het die maatskappy homself voortdurend hernuwe en herskep. Vandag is hy ’n globale tegnologiemaatskappy en sy Suid-Afrikaanse media-arm is in Media24 gekonsentreer (Rabe

2015). Die “oprichtersvergadering” van De Nationale Koerant- en Drukkersmaatschappij, Beperkt, soos wat die maatskappy aanvanklik sou heet, was op 18 Desember 1914 (Rabe 2018a:815). Dit is op 12 Mei 1915 geregistreer as De Nationale Pers, Beperkt. Sy eerste publikasie was sy vlagskip, *De Burger*, op 26 Julie 1915. In Desember 1921 is besluit om die maatskappy se naam te verander na Nasionale Pers, Beperk (Akte van Oprigting 1921). In 1998 is die maatskappy se groepnaam amptelik verkort tot Naspers (Company History 2013).

Organiese groei blyk daaruit dat die maatskappy aan die einde van sy eerste halfjaar reeds sy eerste tydskrif, ’n spesiale uitgawe van ’n “Kerstnummer” van *De Burger*, gepubliseer het. Die volgende jaar het *Huisgenoot* gevolg (Rabe 2016), ’n tydskrif wat reeds meer as een eeu saam met sy mark morfeer. Dat Naspers ondanks sy sukkelende begin ’n aantal publikasies kort ná mekaar gestig of gekoop het, is “een van die merkwaardigste verskynsels in sy vroeë geskiedenis” (Muller 1990:296). Nadat *De Burger* in 1915 gestig is, het *De Huisgenoot* op 20 Mei 1916 as maandblad gevolg. Dit sou kort daarna ’n weekblad word. Die tweede tydskrif sou op byna dieselfde datum drie jaar later gestig word: *Die Landbou-weekblad* op 21 Mei 1919. Maar intussen is *Het Volksblad* in 1917 gekoop. Kort daarna is *Het* verafrikaans na *Die* en vandag is dit slegs *Volksblad*. Die jaar 1918 het ’n “eerste bloeityd” gebring met ook ’n “avontuur” in Natal: die aankoop van De Afrikaner Drukkers en Uitgewers Maatschappij in Pietermaritzburg. Daarop sou *Die Landbou-weekblad* in 1919 volg.

Die Kerstnummerin 1915 sou die grondslag lê vir die maatskappy as latere uiters suksesvolle tydskrifuitgewer (Claassen 1998:125). Dié uitgawe was ’n gebonde en geïllustreerde tydskrif, op beter papier, en met ’n voorblad in kleur (Muller 1990:244). Die heel eerste geïllustreerde Afrikaanse gesinstydskrif was egter *Die Brandwag* (1910–1922), uitgegee deur Gustav Preller en W.M.R. Malherbe in daardie tyd se Transvaal. Volgens Claassen (1998:125) het die sukses van *Die Brandwag* gelei tot Naspers se besluit om *De Huisgenoot* te stig. Hoewel die bladnie ’n partypolitieke orgaan was nie, was dit “pro-Afrikaans in ’n wye sin van die woord” (Froneman 2004:66). ’n Mens kan dit stel dat wat van *Huisgenoot* gesê is, ook van toepassing is op *Landbouweekblad* drie jaar later. *Huisgenoot* moes voorsien in die “meer en meer ontwakende nationale leven” wat aan geen party gebonde is nie (soos aangehaal in Giliomee 2003:372–5). Die blad moes ook die “Hollandse taal en die ontwikkeling van Afrikaans bevorder”, ’n “hoogs sensitiewe” saak, omdat Afrikaans nog nie formeel erken was nie (Froneman 2004:67). *Huisgenoot* se soort nasionalisme (sy idealisties-ideologiese ideaal), hoewel “ten alle tye openlik en vreesloos”, “was ’n huis met ruimte vir meer as net die taal” (Muller 1990:256). Die blad moes Afrikaners tot ’n “hoër en edeler peil verhef”, hulle deur ’n eie geskiedenis laat “verstaan wie en wat hulle is”, en hulle help om “hul eie identiteit [te] ontdek om nie namaaksels van ander te probeer wees nie”. Sy “strewe” moes daarop fokus om “die minderwaardigheidsgevoel onder Afrikaners, pessimisme en die Britse verengelsingsbeleid” teen te werk (Froneman 2004:67). Met “politiek en kultuur onlosmaaklik verweef”, het die blad hom “openlik as ‘opregte vertolker van die volksiel’” voorgedhou. Daarmee het dit ’n “byna mistieke, volksnasionalistiese posisie” ingeneem.

Huisgenoot moes nie net vir finansiële oorlewing van sy maatskappy en kruissubsidie vir *Die Burger* sorg nie, maar sy nasionalisme moes sy lesers ook ekonomies bemagtig. Soos Froneman (2004:68) uit die uitgawe van Julie 1919 (twee maande ná die stigting van *Landbouweekblad*) aanhaal: “Al ons mooi praatjies oor nasionalisme en onafhanklikheid beteken bloedweinig solank ons ekonomies afhanklik van ander nasies blij.” Afrikaners se sosiaal-ekonomiese minderwaardigheid het diep gelê. Teen 1936 was 50% van die een

miljoen Afrikaners verstedelik (Morris 2012:20). Min van dié eerste geslag- stedelike Afrikaners kon om poste in 'n stedelike ekonomie meeding, want hulle had nóg die opleiding nóg die ervaring vir stadsberoep. Volgens Giliomee (2012:300) het 'n studie getoon dat 44 Afrikaners uit 'n klas van 100 skoolbeginners in 1933 die skool sou verlaat sonder om standaard 6 (nou graad 8) te slaag. Net agt sou matriek slaag, en minder as drie sou universiteit toe kon gaan. Verstedelike Afrikaners was “in veel laer poste as hul Engelssprekende landgenote”. Afrikaners se per kapita-inkomste was die helfte van Engelssprekendes s'n. Net 'n paar “Afrikanermaatskappye” is intussen gestig (Morris 2012:20). Hulle was Naspers, Santam, Sanlam en Volkskas. Teen die einde van die 1930's was die “Afrikaner-aandeel” in die mynwyse 1%, 3% in vervaardiging, 5% in die finansiële sektor en 8% in handel en nywerheid. Volgens Morris was net 3% van professionele posisies in 1939 deur Afrikaners gevul. Dié “armblankes” moes met arm swartes meeding om werk, en slegs die feit dat hulle wit was, het hulle laat dink hulle is beter gekwalifiseer.

Dit is beskryf as “vrugbare teelaarde” vir die nasionalisme van veral die 1930's en 1940's (Morris 2012:23). Die eertydse nasionalistiese idealisme het in 'n nasionalistiese ideologie verander, ook in aanloop tot die Tweede Wêreldoorlog, toe die Afrikaner se minderwaardigheidskompleks weens sy armoede gelei het tot 'n “onderdanige gediensdigheid”. Sy desperate gesoek na werk het hom 'n gevoel van afhanklikheid van ander gegee.

2.4 Tydskrifte en die politieke ekonomie van die media

Wat betref die interaksie tussen tydskrif en samelewing en die tydskrif as sosiale barometer wat die stand van sy spesifieke samelewing meet, het Johnson en Prijatel (2007:89) geskryf dat, soos wat die samelewing verander, so ook verander tydskrifte. Hulle “word gebore, sterf, krimp, groei en verander in voorkoms en hul teikenmarkte op grond van 'n verskeidenheid van ontwikkelings in 'n samelewing”. Soos wat pionier-mediasosioloog Max Weber dit gestel het, kan selfs gesê word dat media-inhoud die “kulturele temperatuur” van 'n samelewing meet (soos aangehaal in Macnamara, 2005:1). Die sterk band tussen 'n tydskrif en sy gemeenskap en die opvatting van die tydskrif as sosiale barometer word beklemtoon deur Johnson en Prijatel (2007:90) wat meen dat hoewel tydskrifte “dinamiese lede” van 'n gemeenskap is, verandering kan gebeur net wanneer hul boodskappe 'n ontvanklike oor in daardie gemeenskap kry.

Wat betref die teorie van die politieke ekonomie van die media, kan dit dus gestel word, soos die tydskrifdoyenne Jane Raphaely (2012) skryf, dat tydskrifte, soos alle media, binne sekere politieke, sake- en kulturele kruispunte funksioneer. Dit word ondersteun deur Holmes en Nice (2012:19), wat meen dat in hul geheel, hierdie kruispunte die politieke ekonomie van die bedryf definieer. Daarom kan die politieke ekonomie van die media kortliks, en eenvoudig gestel volgens Fourie (2007:121–2), beskryf word as dat dit ondersoek hoe “ekonomiese en politieke verhoudings, belange en affiliasies die aard en funksionering van sosiale instellings en die impak of gebrek aan impak van hierdie verhoudings op sosiale transformasie en ontwikkeling” bepaal.

In hierdie geval kan die politieke ekonomie van die media ten beste geïllustreer word met die stigting van *Huisgenoot* so gou ná die dagblad, plus ander strategiese aksies soos die stigting van *Landbouweekblad*, wat toegeskryf kan word aan beide Naspers se diensmotief en sy

winsmotief. Dis ook direk danksy die entrepreneurskap van die Naspers-hoofbestuurder, Fred Dormehl, wat “in nuwe rigtings [wou] uitslaan waar hy meen om winste te kan maak” (Fagan s.j.:16–8). Dormehl het “gewoonlik sy sin gekry” danksy “die deurslaggewende steun” van Willie Hofmeyr,⁵ die maatskappystigter en eerste direksievoorsitter.

’n Mens kan die gevolgtrekking maak dat ’n Afrikanernasionale dampkring en Afrikanernasionale belange dié vormende rol in die ontstaan en ontwikkeling van *Landbouweekblad* gespeel het – soos met *Huisgenoot* drie jaar vantevore. Die argument betreffende die politieke ekonomie van die media kan versterk word met die feit dat die jaar 1918 as katalisator vir ekonomiese bemagtiging beskou kan word en as die begin van die Afrikaner se formele ekonomiese bemagtiging, in die vorm van Santam, en kort daarna Sanlam, ook met Naspers-stigter Willie Hofmeyr aan die spits, wat so te sê vanuit *De Burger* se kantore in Keeromstraat gestig is. Polities het die Afrikaner hom ook verder gemobiliseer deur die Afrikaner-Broederbond (AB; later ’n geheime organisasie) wat in dié jaar gestig is. Dié aksie was dié keer nie uit die Suide nie, maar van Transvaalse Afrikaners (Giliomee en Mbenga 2007:289) (vandaar ook die organisasie se ortodokse, eksklusiewe nasionalisme).

Sowel die ekonomiese (die maatskappye wat gestig is) as die politieke aksies (die AB) was pogings om Afrikaners ekonomies en polities te bemagtig. In die eerste helfte van die 20ste eeu “het Afrikaners as ’n segment van die wit bevolking doelbewus strategieë ontwikkel om ’n betekenisvolle aandeel in die ekonomie van die land te kon hê”, veral ná die vernietiging van die Boererepublieke en gevolglik die verarmde Afrikaners (Verhoef 2012:464). Invloedryke leiers soos Hofmeyr was in die Kaap “suksesvol in die landbou en sakelewe bedrywig” en hy “en ander welvarende het hulle vir die ekonomiese en opvoedkundige bevordering van mede-Afrikaners beywer”. Die fondswerwingspoging van die Helpmekaarvereniging het toe reeds bewys dat saamstaan, oftewel mutualisering, vir ekonomiese spierkrag sorg. Hofmeyr, ook eerste voorsitter en besturende direkteur van Sanlam, en M.S. Louw, die eerste Afrikaanse aktuaris, het Sanlam se rol “binne ’n groter perspektief” gesien: Dié maatskappy moes Afrikaners ’n groter aandeel in die hoofstroom-ekonomie gee en dit “kon net bereik word deur geld van Afrikaners te belê en ondernemerskap onder Afrikaners te bevorder”. Dit het alles “nuwe ekonomiese moed” gegee. Naspers kon byvoorbeeld sy kapitaal uitbrei deur nog aandele uit te reik en dit was vir die eerste keer ook makliker om aandele te verkoop (AL 4 15/1/2/1/685): “Die bestuur het gou-gou uitgevind dat ’n vermeerdering van die kapitaal tot £50 000 nie voldoende was nie en dat daar ruimte was vir ’n verdere kapitaaluitbreiding.” Die aandele vir die kapitaaluitbreiding tot £100 000 is “gretig deur die [wit Afrikaanse] publiek opgeneem”. Daar was toe soveel vertroue “dat ons sonder moeite die dubbelde [sic] van die kapitaal kon gekry het”.

As verdere konteks is dit interessant om te meld dat Naspers reeds in 1922 – dus in sy eerste dekade – ’n skoolboek vir swart leerders uitgegee het (Scannell, Steyn en Keyser 1992:445). Naspers het, “soos te begrype”, eers Afrikaanse skoolboeke uitgegee, en die Vrystaatse en daarna die Kaaplandse skolemark diep binnegedring. Die handboek vir swart leerders was in Xhosa, getitel *Ulimo*, en is beskryf as “’n leerboekie oor die landbou” (Naspersnuus 1990/2).

Met Naspers se finansies het dit aan die begin van die 1940’s goed gegaan. Teen 1941 is sowat £66 op elke belegging van £100 reeds as winsuitkering uitbetaal (Du Plessis 1943:141–2), want “[r]eeds sedert jare word ’n diwidend van 6% verklaar”. In dié jaar was daar 3 206

aandeelhouders, die nominale aandeelkapitaal was £150 000, bates was £328 343.9.8d. werd, en meer as 500 mense was in Kaapstad, Bloemfontein en Port Elizabeth in diens.

Die tydperk waarin *Landbouweekblad* gestig is, het in die teken van 'n "volksgees" gestaan en kan as 'n "volks-era" beskryf word. Die "geestelike verdwasing" ná die SAO en die uitbreek van die Eerste Wêreldoorlog en die Rebelle in 1914 het plek gemaak vir "'n strewe tot selfbeskikking en erkenning as nasie met 'n eie taal en kultuur" (Scholtz 2010:3). Afrikaner-intelligentsia het "visioene gesien van 'n Afrikaner-renaissance", asook 'n breë kulturele ontwikkeling sodat "die hele Afrikanervolk sy volle potensiaal kon uitleef, langs (maar selfstandig van) die Engelstalige Suid-Afrikaner". In dié tydsges is elke moontlike kombinasie met -*volk* gebruik om die "volkstemming" en "volkstroming" te mobiliseer – die "volkspers" was immers die spieël van die "volkslewe" (Du Plessis 1943:i-ii). Daar was talle ander woorde wat die tydsges beskryf het, onder meer *volksliefde*, *volkseensheid*, *volkshart*, *volkstoestand*, *volksbestaan*, *volksellende* en *volksgeesind* (Feesbylae 1990), *volkskerk* (Hofmeyr 2012:446), *volksontwaking* en *volksstaak* (Ons taak ná 1987:2; 22), en volkslewe (Scholtz 1988:11). Selfs dekades later het die woord *volk* nog weerklink toe die Naspers-voorsitter, Piet Cillie (1978), in sy eerste voorsittersrede gesê het Naspers is "geen gewone maatskappy" nie, "maar 'n instelling van die volk".

Moolman (1990:1) verwys ook na die byna mitiese "volkslewe" van die landboublad omdat dit "sedert sy vroegste dae ... 'n belangrike plek in menige Suid-Afrikaanse huishouding verwerf" het omdat dit oor veel meer as boerderysake gegaan het. Daar is "met groot geesdrif geskryf oor die rol van die boer en die boerdery in die volkslewe van die Afrikaner" (Moolman (1990:12). Die boer se posisie was "enig in die samelewing" as "volmens in die volkspatroon" (Du Plessis, soos aangehaal in Moolman 1990:12). Die konsep van die "volmens" is die "gedagte van die boer" as "volle mens" en dus as "lewenskakel tussen die mens en die natuur", met die boer in [Afrikaner-Calvinistiese idioom] "dus eintlik die volmens, met sy sleutelplek in die mens-natuurskakeling; die mens wat die sterkste oortuig is van die werklikheid van die band tussen Skepper en skepsel, ons kultuurmens". Vir Moolman (1990:13) was die boer en boervrou "volksmense". 'n Oudredakteur van *Landbouweekblad*, Herman Steytler, het byvoorbeeld ook in 1954 (*Landbouweekblad* 1954:7) die landboujoernalistiek soos volg beskryf:

Hier het 'n mens te doen met 'n lewende organisme, alles wat jy aanraak, het waarde en veral die ding waarmee jy werk, die goeie aarde, is die waardevolste besit van 'n volk [...] 'n Mens voel in die landboujoernalistiek dat jy iets bereik, dat jy ook meegehelp het tot die verspreiding van kennis, tot die samesnoering van landboukragte, tot die welvarendheid van die boeregemeenskap waarsonder 'n nasie nie kan bestaan nie.

'n Teenoorgestelde siening van dié "volks"-era ontleed dié volksnasionalisme uit 'n kritiese-studies-perspektief, naamlik dat die stigting van Naspers as "volkspers" eenvoudig die (kapitalistiese) gevolg was van die "koalisie van wyn- en vrugteboere en die finansiële kapitaliste" in die Suide wat die landboukapitaal en "los geld" van die Noorde "binne die raamwerk van 'n retories-gedrewe ideologie van Christelike Nasionalisme" ingebind het (Muller 1987:138–9).

Die groei van die maatskappy deur sy dekades kan beskou word as 'n handboekvoorbeeld van media-entrepreneurskap en vernuwing in elke dekade van sy bestaan. Die getal tydskriftitels het byvoorbeeld oor die jare gegroei tot 17 in 1997 en toe tot 71 in 2007 (De Swardt en Brand 2008:s.bl.). Toe die digitale-ekonomie-era aangebreek het, was die maatskappy goed geplaas om die volgende brander te ry (Rabe 2015:10). Die groter Naspers-groep is terselfdertyd ontbondel en Media24, wat op 1 April 2000 onder dié naam begin handel dryf het, kon hom onmiddellik vestig as “die leidende digitale Suid-Afrikaanse uitgewer op die web” (De Swardt en Brand 2008:s.bl.).

Dit wat betref die mediageskiedkundige sowel as tydskrifstudie-begronning van die artikel, saam met die opvatting van tydskrifte as sosiale barometers wat die stand of klimaat van hul omgewings meet, asook 'n oorsig oor die sosiopolities-ekonomiese omstandighede van die maatskappy en sy teikenmark met die stigting van *Landbouweekblad* in 1919 in Bloemfontein.

3. Die ontstaan en ontwikkeling van *Landbouweekblad*

Hoewel boerderybedrywighede vanselfsprekend in vroeë Kaapse publikasies aandag gekry het, was die baanbreker in spesifiek die Afrikaanse landboujoernalistiek Harm Oost se *De Boer* in 1906 (Claassen 1998:125). Tot 1914 was daar ook die *Landbouw Joernaal*, “maar met sy totnietgaan [sic] is die Afrikaanssprekende boer weer sonder boerderyblad gelaat” (*Landbouweekblad* 1919:4). *Landbouweekblad* se tradisionele opposisie, *Farmer's Weekly*, is in 1911 gestig, ook in Bloemfontein.

Een van Naspers se doelwitte met die stig van *Landbouweekblad* was “om aan Afrikanerboere leiding te gee om beter landbouers te word op ‘die erwe van hul vadere’” (Muller 1990:576). Dit moes ook verdere verarming en verstedeliking voorkom. Met die “politieke ekonomie van die media”-teorie in ag geneem, was daar ook die kommersiële imperatief: “As 'n boereblad nie spoedig in die lewe geroep word nie – so is geredeneer – kon mededingers die Nasionale Pers voorspring.” Dié vrees was werklik, “want die belangstelling van boerekant is in nuusblaaie soos *Die Burger* en *Volksblad* opgemerk” (Verster 2011).⁶

Die entrepreneursdenke van die Naspers-duo Hofmeyr en Dormehl was duidelik, ook met *Huisgenoot* wat reeds beskou kan word as gestig danksy Dormehl se entrepreneurskap onder aanmoediging van Hofmeyr. Dit was finansiële só 'n sukses dat dit vroeg as 'n “goudmyntjie” (Fagan s.j.:17) beskryf is. Dit was ook Dormehl wat op die direksievergadering van 9 September 1918 – kort voor sy dood in die griep epidemie daardie jaar, 'n reuse-slag vir die maatskappy – voorgestel het dat 'n landboublad gestig word. Die eerste uitgawe het op 21 Mei 1919 as *Die Landbouw-weekblad* verskyn (sien Figuur 1) (LBW “bestaan” eintlik nie 1990).



Figuur 1. Die eerste voorblad *Die Landbouw-weekblad* op 21 Mei 1919.

Die blad moes “in die behoefte van die Afrikaanssprekende boer voorsien”, met deskundiges wat sou raad gee. Die eerste redakteur was die 29-jarige Frans Eduard Geldenhuys.⁷ Die “dinamiese” Geldenhuys het “omtrent niks gehad om mee te werk nie” – nie geld nie en ook nie ’n redaksie nie; dit was net hy en ’n bode. Die “nederige ontstaan” was boonop vanuit “’n klein woonhuis wat as kantore moes dien” (Smith en Du Preez 2008:1) (sien Figuur 2). Geldenhuys het egter al in Februarie 1920 vir hulp gevra, en P.L. Kriek is aangestel (Verster 2011) (nie die latere redakteur Skakel [J.C.] Kriek nie). Die vroueafdeling is deur “Nig Marta” (Moolman 1990:22) behartig. Sy was M.M. Jansen van Pietermaritzburg.



Figuur 2. Die maatskappy se eerste kantore in Bloemfontein met regs die “klein woonhuis” waarin *Landbouweekblad* gehuisves was.

Geldenhuis was ’n landbou-onderwyser aan Grey-kollege, en volgens Aletta de Vos, die legendariese argivaris van *Landbouweekblad*,⁸ wou hy boere wat volgens “die gevestigde tradisie geboer het” omhaal om meer wetenskaplik volgens die Amerikaanse voorbeeld te boer, “om die oog op die mark gerig te hou, om behoorlik boek te hou van inkomste en uitgawes, om nuwe moontlikhede te probeer ontgin, [en] om met ander boere saam te werk om gemeenskaplike oogmerke te bereik” (Verster 2011).

Geldenhuis het in die VSA gestudeer, waar hy in 1917 sy doktorsgraad in die landbou aan Cornell Universiteit behaal het (Briewe: Van toeka se tyd 2012). Hy het in 1924 as redakteur uitgetree om stigter en eerste hoof van die Departement Landbou se afdeling landbou-ekonomie en -bemarking te word, en was van 1957 ambassadeur in Nederland. Geldenhuis word ook beskryf as ’n dinamiese en ondernemende leier “wat uit die staanspoor ‘landboudeskundiges’ en ‘invloedryke landbouwers’ as ‘verslaggewers’ ingespan het” om in “die behoefte van Afrikaanssprekende boere te voorsien” (Smith en Du Preez 2008:1). Hoewel hy in die eerste uitgawe na die tydskrif as ’n weeklikse publikasie verwys het, is die tweeweklikse frekwensie eers in Augustus na weekliks verander, “vermoedelik omdat hy teen daardie tyd al tien gedugte medewerkers gehad het om hom by te staan”. Volgens Smith en Du Preez is geklassifiseerde advertensies al van die eerste uitgawe af gepubliseer, hoewel dit eers van 1971 op geel bladsye gedruk is. Dit het gegroei tot “een van die belangrikste inkomstebronne van die tydskrif en spog met seker die grootste verskeidenheid produkthofies in die publikasiebedryf”. Die blad is boonop “die handelaar se uitstalvenster” genoem (Moolman 1990:20).

3.1 Die politieke ekonomie van die media soos vergestalt in ’n landboublad

Die eerste *Landbouweekblad* het in ’n “langgevoelde behoefte” voorsien (*Landbouweekblad* 1919:7). In sy redaksionele brief skryf Geldenhuis uitvoerig oor die doel van die blad. Gegronde op die 1911-sensus van die Unie, is ongeveer 48% van die hele “blanke” bevolking

as landelik geklassifiseer. Dit was ongeveer 600 000 mense, van wie meer as 500 000 “Hollandssprekend” was. In daardie stadium was daar, ondanks die klein persentasie Engelssprekende boere, minstens sewe landboutydskrifte in Engels. Ook in dié eerste uitgawe verskyn ’n aantal briewe wat die publikasie verwelkom. Onder hulle was dié van A.I. Perold, professor in landbou aan die Universiteit Stellenbosch, wat geskryf het: “Lang reeds het baie Afrikaners die behoefte aan ’n landboublad in ons eie taal gevoel en dus ook met verlange daarna uitgesien. Eindelik is die heugelike tydstip nou aangebreek en sal in die behoefte voorsien word” (Landbouweekblad 1919:36).

Die redakteur het geskryf: “Vir die groot meerderheid van boere wat Afrikaans praat en dink[,] bestaan daar geen enkele tydskrif, wat net oor die landbou handel, in Afrikaans nie” (Landbouweekblad 1919:4). Voorts:

Waarom moet die Afrikaanssprekende boer dan sien kom klaar sonder ’n boodskapper wat hom die nuws kan vertel, sonder iemand wat vir hom die betekenis van ’n verskijnsel, gebeurtenis, toestand kan duidelik maak, sonder ’n advokaat wat sijn regte kan beskerm, sonder ’n dokter wat medisyne kan voorskryf vir sijn kwale[?]”

In 1941 is *Huisgenoot* vir die eerste keer “die arm man se universiteit” genoem (Booyens 2008), maar ook *Landbouweekblad* is beskryf as ’n “volksuniversiteit” (Du Plessis 1976:109). Die redakteur sou in sy hoofartikel “basiese onderrig” aan sy lesers verskaf, en lesers het “op hul beurt aan hierdie opvoedingsprogram ... deel[ge]neem deur die brieweblad” (Du Plessis 1976:110). Volgens De Vos was die blad se “beste eerste opvoedingsrubrieke sy vraerubriek en verslae oor die toestand van die landbou in lesers se distrikte” (Verster 2011). “Lesers het dus eintlik medewerkers geword” en só het *Landbouweekblad* “die lesers se eie blad geword”. Ook: “Dit sal geen oordrywing wees om te beweer dat ... landboumense veel te danke het aan *LBW* in daardie vroeë jare toe daar nog soveel onkunde (en dwarstrekkigheid) was”.

Ook binne Naspers was daar onderlinge “dwarstrekkigheid” toe spanning ontstaan het omdat “Hoofkantoor” die blad as mededinging vir *Huisgenoot* gesien het (Verster 2011). H.J. Otto, toe bestuurder in Bloemfontein, het gemeen “[w]at ons in die loop van tyd deur felle stryd opgebou het, sal in betreklike korte tyd afgebreek word”. In 1924 is dus besluit dat ’n gewilde bylae van *Landbouweekblad* opposisie vir *Huisgenoot* is, en die direksie het gevolglik opdrag gegee dat dit gestaak word (Spies 1992a:356). In teenstelling hiermee het Naspers egter in 1949 “self in *Sarie Marais* ’n mededinger vir *Die Huisgenoot* in die veld gestoot” – iets wat “getuig van ’n geloof in die onaantasbaarheid van *Die Huisgenoot*” en ’n heel ander situasie as in 1924. Dit was aan die einde van Naspers se eerste dekade reeds duidelik hoe die maatskappy deur die posisionering van sy produkte “die rigting aandui” met sy politieke strategie, en dat finansies “in daardie rigting gekanaliseer” moes word (Malan 1965:12). In die 1920’s is die halfweeklikse *Volksblad* met sy oorwegend politieke rol gevolglik herposisioneer as dagblad, maar terwyl sy Bloemfonteinse susterblad, *Landbouweekblad*, ook “stewiger” gevestig moes word, moes dié blad eers die koerant se verliese absorbeer. Dié strategie was presies dieselfde as met *Die Burger* / *Huisgenoot* in die Kaap: laasgenoemde moes winsgewend wees om die “verliesgewende koerant te dra”. So was dit ook die “tweede tydskrif se taak ... om te betaal vir die verliese waarin *Die Volksblad* gedompel geraak het weens sy bevordering tot dagblad in 1925” (Scannell 1965:12).

Met die uitgawe van 17 Maart 1920 is die half-Nederlandse naam *Die Landbou-weekblad* na *Die Landbou-weekblad* verander – nou sonder die “w”, maar steeds met ’n koppelteken (Verster 2011). Teen Oktober 1924 was *Landbouweekblad* se sirkulasie 9 948 met ’n drukoplaag van 10 000. Danksy ’n nuwe rolpers in 1927 het die voorkoms en inhoud van die blad verbeter (Verster 2011). Die blad het beslis ’n snaar getref, al het sommige lesers die blad met moeite gelees omdat van hulle basies-geletterd was (LBW “bestaan” eintlik nie 1990). In ’n dankbrief skryf een:

Party plekke kry ons maar swaar om alles meteens te verstaan, want jy moet weet, meneer, meeste van ons is maar eenvoudige “bekvelders” wat in ons jong daë [sic] skaars ’n skool van die buitekant – laat staan nog die binnekant – te sien gekry het.

Toe die Natalse “avontuur” – die Pietermaritzburgse uitgewery – in 1924 verkoop is toe Naspers sy tweede dekade binnegegaan het, was “finansiële voorkeure” “onverbiddelik” (Muller 1990:304; 307). Danksy verdere “onverbiddelike logika” is, soos bo beskryf, die besluit toe geneem om te belê in *Volksblad* as dagblad en om *Landbouweekblad* stewiger te vestig. Die maatskappy kon ook ’n “gulde geleentheid” gebruik en eiendom in Keeromstraat koop (die later bekende adres Keeromstraat 30 is vir die eerste aantal jare gehuur). Die tweedrag onder suidelike en noordelike Afrikaners was egter ook duidelik. Volgens Muller (1990:585) moes die uitbreiding van *Volksblad* eers op die lange baan geskuif word om die landboublad te vestig, maar terselfdertyd was daar spanning omdat dit gesien is as uitbreiding van Naspers-belange in die Noorde. Dit het die bestuurder, H.J. Otto, laat sê: “Transvaal skyn maar altyd die brandpunt te bly en as dit nie was ter wille van die eenheid van ons Party – dan sou ek sê: ‘Leave well alone’”.

Byna tien jaar later, in 1933 tydens die Depressie (Giliomee 2012:299–301), is Suid-Afrika ook deur “een van die grootste droogtes ooit” getref. Teen 1933 was produksie van die vervaardigingssektor net ’n vyfde van dié van 1929, en 22% van alle bruin en wit mans was as werkloos geregistreer. Inkomste uit die landbou het met die helfte gedaal, en talle boere was bankrot. Die krisis is verdiep met die Hertzog-regering wat geweier het om, soos Brittanje, die goudstandaard – die internasionale ooreenkoms dat die waarde van enige geldnoot in goud uitbetaal kon word – te laat vaar. (Dit was ook die oorsaak van die Hertzog-Smuts-samesmelting.)

Weens die “droewige ekonomiese situasie” het Naspers in 1930 ’n intensiewe besuinigingsveldtog begin wat *Landbouweekblad* ’n swakker voorkoms en inhoud gegee het (Verster 2011). Subskripsies is gekanselleer en die tydskrif se voortbestaan was in gedrang. ’n Direkteurskommissie het bevind dat die blad, ondanks die “sorgwekkende” situasie, nie gestaak moes word nie. Steeds was dit egter nie volhoubaar nie en daar is besluit om die finansiële las teen minstens Julie 1933 te staak (Muller 1990:585). Vroeg die volgende jaar is egter besluit dit kan “voorlopig” voortgaan (LBW “bestaan” eintlik nie 1990). Dit was “na gebed en smeking deur enkelinge en beloftes van besparing” dat die direksie in Januarie 1934 die “voorlopig”-besluit geneem het. Daar kon nog nooit ’n notule gevind word waarin die besluit herroep is nie (Smith en Du Preez 2008:2), en so bestaan *Landbouweekblad* dus vandag steeds “voorlopig” voort.

Teen 1935 was die sirkulasie 5 000. Dié “worsteltydperk” het voortgeduur tot September 1950, toe die sirkulasie “dareem” tot 27 000 gestyg het (Smith en Du Preez 2008:2). Met die

uitbreek van die Tweede Wêreldoorlog in September 1939 is *Landbouweekblad* se bladsye tot 48 verminder; in Junie 1942 was dit 32; en in Maart 1945 24 (Verster 2011).

3.2 Die tegno-ekonomiese “rewolusie”

Weens die sogenaamde armblankekwessie het die Afrikaner-Broederbond-Sanlamvennootskap in 1939 ’n “volkskongres” oor die ekonomie gehou (Giliomee 2012:304). Die direkte gevolg was Federale Volksbeleggings (FVB) wat in 1942 deur Hofmeyr gestig en deur Sanlam beheer is. Teen die einde van die Tweede Wêreldoorlog sou FVB reeds groot beleggings in die vis-, hout- en staalbedrywe, chemikalieë en landbou hê. Een van sy eerste lenings was aan die jong entrepreneur Anton Rupert. ’n Kritiese siening van dié eerste “ekonomiese Volkskongres” het die begrip *volkskapitalisme* gevestig – “’n alliansie van werkers, gewone burgers [‘petty bourgeoisie’], boere en kapitaliste” (Muller 1987:127). Dit het die “kritieke belangrikheid van die landbou” en die “permanensie van ’n Afrikaner-proletariaat”, saamgebind deur Afrikanernasionalisme, beklemtoon.

Maar die noodlot het nog ’n kaart gespeel: die uitbreek van die Tweede Wêreldoorlog in September 1939. Hertzog wou dat Suid-Afrika neutraal bly, maar sy mosie is met 80 teen 67 verslaan (Giliomee 2012:304–6). Hy is deur Smuts as eerste minister vervang. Dit het ’n tyd van nuwe faksievorming tussen noordelike en suidelike Nasionaliste ingelui; ook tussen Hertzog en Malan, wat uiteindelik weer sou saamwerk, hoewel die krake in die alliansie tussen Noord en Suid nooit oorbrug sou word nie (Koorts 2014:321–67). Twee ander organisasies wat in dié tyd gestig is, die Ossewa-Brandwag (OB), in 1938, en die Nuwe Orde, in 1940, was albei baie meer radikaal. Die paramilitêre OB moes die “ossewa-gees” van 1938 voortsit; die Nuwe Orde het ’n Afrikaanse vorm van nasionale sosialisme bepleit (Giliomee 2012:304–6), want een van die oorsake van onmin tussen Suid en Noord was die Kaap se “kapitaalkragtigheid”. Dit was ’n gevolg van die noordelike verarming ná die SAO wat deur die Eerste en Tweede Wêreldoorlog verdiep is (Muller 1987:126). Die Tweede Wêreldoorlog het boonop vir nog meer welvaart vir die Kaapse landbousektor gesorg met hul inkomste wat met 75% gestyg het.

Die Tweede Wêreldoorlog was ook “die sneller waardeur ’n rewolusie aan die gang gesit is” (Moolman 1990:24). Dit is as “ekonomiese rewolusie” (*Landbouweekblad* 1945:17), ’n “landbourewolusie” (*Landbouweekblad* 1951:7) en ’n “tegniese omwenteling” (*Landbouweekblad* 1956:30) beskryf. Die karakter van die landbou is “weselik verander deur die oorlog en die mense betrokke by die bedryf moes hiermee saam aanpas” (Moolman 1990:24). Dit kon alles in een woord saamgevat word: meganisasie. In sy 1950-Nuwejaarsboodskap het S.P. le Roux, die minister van landbou, gesê die laaste dekade is veral gekenmerk as ’n tydperk van grootskaalse meganisering (Moolman 1990:26), alles “deel van die normale ontwikkelingsproses waardeur die landbou moet beweeg in sy ekonomies-geskiedkundige vooruitgang”. Volgens statistiek het boerderij van 1945 tot 1951 verander van “’n so te sê statiese bedryf, met die os as hooftrekkrag, tot ’n meer dinamiese eenheid, met die trekker as kragbron”.

Trekkergetalle is beskou as verteenwoordigende statistiek omtrent meganisasie, met die grootste verandering tydens en ná die Tweede Wêreldoorlog (Moolman 1990:27). Volgens Landbousensus nr. 20 was daar op 31 Augustus 1946 20 292 trekkers in die Unie. In 1950 was dit 48 423, ’n toename van 805% sedert 1937. Anders gestel was daar in 1950 gemiddeld

twee trekkers vir elke vyf plase in die land. In die vier jaar ná die oorlog het trekkergetalle met sowat 139% gestyg, van 1950 tot 1955 met nog 81%, en van 1955 tot 1958 met 22%. In 1955 was daar altesame 87 451 trekkers en in 1958 altesame 106 374. In 1952 is die intensiewe meganisering só in *Landbouweekblad* (1952:83) gestel: “Meganisasie van die landbou en die toepassing van tegniese kennis is die kenmerke van ons moderne tydsgewrig. Die stad se invloed het plaaswaarts beweeg en die ou landelike kultuur is grootliks deur ’n tegnologiese beskawing vervang.”

Verstedeliking het meganisering aangemoedig (Moolman 1990:30). Eersgenoemde het saamgehang met die versnelde industrialisering ná die Tweede Wêreldoorlog, met landboumeganisasie wat op sy beurt weer versnellend op verstedeliking ingewerk het. Statistiek van die aantal plase in die besit van blanke boere “dui op die verskynsel van toenemende groot grondbesit en die verdwyning van die kleinboer” (Moolman 1990:33). In 1950 was daar 16 027 plase van tussen 100 en 250 morg (86 en 215 hektaar), en dit het gedaal tot 13 966 in 1956. Groter plase van tussen 5 000 en 7 500 morg (4 300 en 6 450 hektaar) het van 1 647 in 1950 tot 1 884 in 1956 gestyg. Plase groter as 15 000 morg (12 900 hektaar) het toegeneem van 295 in 1950 tot 362 in 1956. Wit mense op plase het “opmerklik afgeneem”. Die sowat 473 000 van 1950 het binne vyf jaar afgeneem tot 412 000, en die sowat 2,2 miljoen “nie-blankes” op plase het in 1950 “noemenswaardig gestyg” tot omtrent 2,5 miljoen in 1955.

Dié naoorlogse tyd het ook ’n nuwe tydvak vir Suid-Afrika ingelui. Ná die Nasionale Party (NP) se onverwagse oorwinning in die verkiesing van 1948 is ’n hele netwerk van apartheidswetgewing uitgevaardig wat Suid-Afrika volgens ras sou kategoriseer en letterlik verdeel. Wat betref die ekonomie, was Suid-Afrika ekonomies stabiel danksy die mynbou, want as droogte, peste of oorlog die landbou ontwrig het, kon diamante, goud, steenkool en ander minerale steeds gemyn word (Verhoef 2012:458–63). Die goudmynbedryf was uiteraard die indrukwekkendste: Produksie het van £32 miljoen in 1910 tot £144,8 miljoen in 1950 toegeneem, en ontginde erts het gestyg van 19,7 metrieke ton in 1910 tot 56,5 in 1950.

Naspers het as onderneming só gedy dat Recht Malan, die besturende direkteur, die maatskappy gedentraliseer het deur in 1950 die koerante en tydskrifte te ontbondel en as Nasionale Koerante, Beperk, en Nasionale Tydskrifte, Beperk, te registreer (AL 4 15/1/2/1/685). Die uitgewery is reeds voorheen as Nasionale Boekhandel ontbondel. In 1950 is die tweede Ekonomiese Volkskongres gehou, ’n geleentheid wat “die opkoms van Afrikanerfinansieringskapitaal gekenmerk [het], wat onder die NP-regering soos nooit tevore geblom het nie” (Muller 1987:130–1). Beleggings by Volkswaard het in die drie jaar tussen 1948 en 1951 verdubbel.

Ook *Landbouweekblad* het geblom nadat die blad teen 1945 as “onaantreklik en oninspirerend” beskryf is. In 1950, toe die blad ook die papierskaarste oorleef het, is dit ná 31 jaar na Kaapstad verskuif. Oudredakteur Pienaar Smit het die tydperk tot 1950 “die worsteljare” en dié ná 1950 “die bloeityd” genoem (Verster 2011). Die skuif na Kaapstad het plaasgevind omdat die Kaapse tydskriffabriek veel beter toegerus was (AL 4 15/1/2/1/685). Dit was deel van die plan om infrastruktuur te sentraliseer en die eerste stap om “beter drukperse en ander tegniese toerusting beter [te] gebruik ... vir beter produkte” (Spies 1992a:368). Die maatskappy het ook vooruitgang “intern ... bevorder deur groot verbeterings in die tegniese produksie, vergroting van die redaksie en ’n hoër mate van professionaliteit in

die werk van die redaksie” (Spies 1992a:368). Sirkulasie het eers stadig, maar toe sterk gegroei (Spies 1992a:369). Met die skuif na Kaapstad was dit 20 000; vier jaar later het dit byna verdubbel na 35 000. In 1959 was die sirkulasie 49 000 en in 1964 sowat 86 000 (Spies 1992a:371).

Die skuif na Kaapstad is beskryf as die kantelpunt, of “die jaar van kentering” in die Afrikaanse landboujoernalistiek (Pretorius 2009:19). Ook twee ander *Landbouweekblad*-leiers meen die blad se bloeitydperk het ná die skuif begin (Smith en Du Preez 2008:1). Landboutoestande het boonop verbeter en die boere het volgens Smith en Du Preez toe 115 000 getel. Die skuif was “ook die begin van ’n bepaalde, eiesoortige genre van joernalistiek, soos beoefen deur gesoute landbouskrywers” (Pretorius 2009:19). Twee “deurwinterde nuuskenners” het as redakteurs “die fondament en hoeksteen vir hierdie nuwe era gelê”. Hulle was Herman Steytler en J.C. (Skakel) Kriek. Steytler was van Oktober 1950 tot Desember 1954 en Kriek van Januarie 1955 tot September 1964 die redakteur. “Albei is met die grootste mate van respek deur die personeel ‘oom’ genoem.”

Steytler was “wyd bekend as omroeper, kommentator, hengelskrywer en selfs akteur, maar met geen snars kennis van die landbou nie” (Pretorius 2009:19). Dit was geen struikelblok nie – hy het eenvoudig die land deurkruis en landbouvoorligters en -navorsers gewerf om hom van stories te voorsien. Een van die bekendste bydraers in dié tyd was Jan Bonsma, wat onder meer oor die “vyf eienskappe van ’n vleisbeesteler” en “twee lywige bydraes ... met vers en kapittel oor die seleksie en teling” van Bonsmaras as vleisras geskryf het.

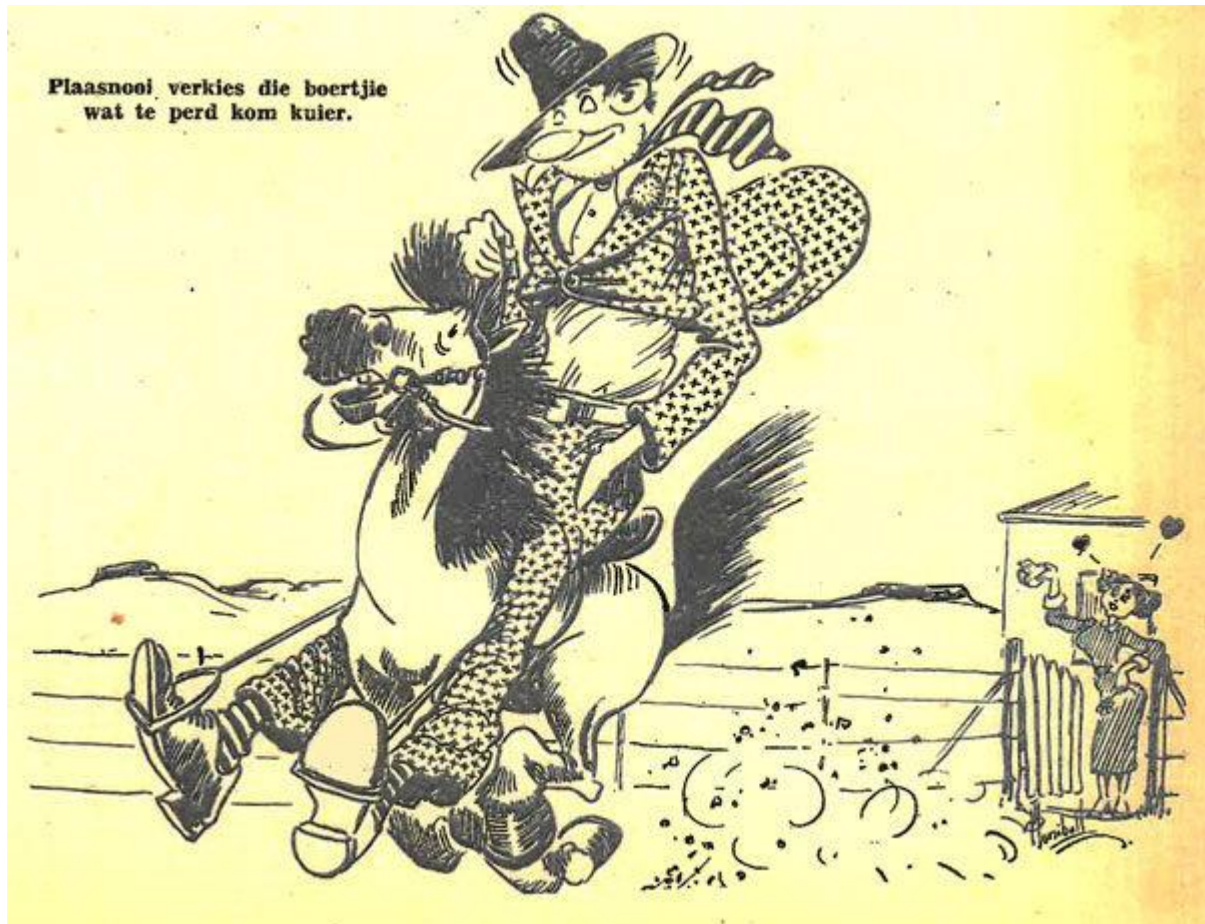
3.4 Elke plaashek het ’n storie

Onder die “legendariese” Skakel Kriek, die vyfde redakteur, het die sirkulasie tot 50 000 opgeskuif, en in 1964, toe hy uitgetree het, was dit “’n skitterende 76 000” (Smith en Du Preez 2008:1). Hy was inderdaad legendaries, en het uiteindelik in 1992 by *Die Burger* finaal op die ouderdom van 89 jaar uit die diens van Naspers getree. Hy was die skepper van “Soos ek dit sien” deur “Manie” en “By die Opsitkers”, wat steeds “van die gewildste rubrieke” in die blad is. Hy is sonder twyfel die persoon wat die langste ooit by Naspers gewerk het en het die rubriek “Persoonlik” – ’n “geliefde rubriek oor mense, hul doen en late, lief en leed en bewegings” (Van Zyl 2009:30) – by *Die Burger* hanteer, waar hy ook latere geslagte se “Oom Skakel” geword het (skrywer se eie ervaring).

Kriek was ’n gebore Vrystater wat aan die Universiteit van die Vrystaat gestudeer het (Van Zyl 2009:30). Min het waarskynlik ooit sy regte name geweet – “[h]y was net Skakel”. Dié bynaam was na aanleiding van sy broer wat as Ketting Kriek bekend was. “Toe noem hulle hom Skakel.”

Talle joernaliste het indiensopleiding by Kriek gekry (Pretorius 2009:19). Sy “wenresep”: “Luister fyn met oor en hart, skryf ’n goeie inleiding, orden eers, vertel dan alles wat jy gehoor en gesien het en sluit sinvol af. Dan gooi jy die inleiding en die slot weg en maak ’n opsomming van die res – en jy het ’n goeie storie, mits jy iets oordra wat vir minstens een ander boer iets positiefs kan beteken.”

Kriek se redakteurskap het “’n nuwe aanslag” ingelui (Pretorius 2009:19). Hy “was ’n nuushond wat ’n resepsie van nuus, kort artikels met baie foto’s en prikkelende geselsrubrieke” begin het. T.O. Honiball, die “spotprentlegende” (Verster 2011) van verskeie publikasies van Naspers van 1936 tot 1978, het vir die illustrasies gesorg. In 1936 het Honiball vir D.C. Boonzaier by *Die Burger* opgevolg, en Fred Mouton het hom weer in 1978 opgevolg (Rabe 2018b). Van sy strokiesreekse was jare lank stapelbydraes vir *Landbouweekblad*, onder meer “Adoons-hulle” en “Oom Kaspaas”.



Figuur 3: T.O. Honiball se eerste skets vir “By die Opsitkers” in 1955.

“Oom Skakel se geesdrif het aangesteek” (Pretorius 2009:19), veral sy uitspraak van “elke plaashek het ’n storie”. Die sirkulasie het “geblom”, en “voorligtingsbeamptes in feitlik elke distrik was ons ore en oë op die grond”. Kriek se opvolger in 1964 was Piet Daneel, ’n gegradueerde landboukundige “wat gesorg het vir ’n ander, dieper dimensie in landbouverslaggewing”. Saam het Steytler, Kriek en Daneel “’n joernalistieke etiek gevestig wat steeds eie aan *Landbouweekblad* is en in ooreenstemming met die inherente aard van die breë landbou” (Pretorius 2009:19).

Ook Van Wyk (2009:30) bestempel Kriek as die fundamentele redakteur van die blad. Met die blad se 90ste viering skryf hy dat talle van Naspers se

knapste, talentvolste joernaliste [...] oor baie jare bygedra [het] om *Landbouweekblad* die grootste, beste en belangrikste landboutydskrif in Suid-Afrika te maak. Maar as een uitgesonder moet word, is dit Skakel Kriek. ... Meer as enige van sy voorgangers het hy die grondslag gelê vir die sukses en gewildheid (nie net onder boere nie, maar ook stads- en dorpsbewoners) wat *Landbouweekblad* op 90 jaar, 'n kortkop van sy eeufeesviering af, steeds landwyd geniet. Sy opvolgers bou vandag voort op daardie sukses.

Om in die 1960's "nuus en nuuswaardige artikels met foto's te kry vir 'n al hoe dikker wordende *Landbouweekblad*, gelaai met advertensies, was harde werk vir 'n klein redaksie van slegs sowat 10" (Van Zyl 2009:30). Twee redaksielede in Pretoria, een in Bloemfontein en twee in Kaapstad was die "voltydse reisendes" wat "die wêreld aan die brand en die boek weekliks vol" moes skryf. Hulle het Roliflex-kameras en draagbare tikmasjiene gehad en het "dag ná dag oor die lengte en breedte van Suid-Afrika, Suidwes-Afrika (Namibië) en selfs Rhodesië (Zimbabwe) rondgejaag na plase, skoue, vergaderings, kongresse, boeredae, simposiums, navorsingstasies, ensovoorts". Wat met "afgeleefde Volkswagen Kewers, Ford Anglias, Mini's en 'n Valiant" ingesamel is, moes "saans in hotelkamers in berigte en artikels omgeskep" word. Die volgende oggend is dit "as outydse perstelegramme en die foto's per landlyn via die Poskantoor versend". Die nuus "moes warm uit die oond wees", want nog 'n Kriek-diktum was: "[O]u nuus is ou nuus! Niemand lees dit nie."

Die skuif na Kaapstad het vir nog veranderinge gesorg. Die eerste twee redakteurs se hoofartikels was tegelykertyd die voorblad (De Vos 2014; sien ook Figuur 1). Daarna was dit 'n advertensie wat moes lyk "soos 'n volwaardige voorblad". Die advertensies was gewoonlik vir sigarette, tabak en dieremiddels. Die laaste voorbladadvertensie, vir K.O.P.-poeiers, was dié van die 27 September 1950-uitgawe. Die uitgawe van 4 Oktober, uit Kaapstad, het as voorblad 'n swart-en-wit foto gedra. Volgens De Vos was dié swart-wit-voorblad met 'n skaap die eerste "werklike voorblad" (2014). Die uitgawe van 18 November 1953 was die eerste met 'n volkleurvoorblad (Verster 2011).

Teikenmarkte wat in die tyd direk ná die Tweede Wêreldoorlog verander het, het vir hul eie uitdagings gesorg (Spies 1992a:351). Dit was vir uitgewers van gesinstydskrifte "jare van ontnugtering en teleurstelling". Gevestigde tydskrifte wat voor die oorlog "florerend" was, het "hul houvas op die publiek verloor en in geldelike moeilikheid geraak". Met *Huisgenoot* byvoorbeeld het die direksie in 1959 voor "drastiese" besluite oor sy voortbestaan gestaan. Sy voordeel was dat die "vertroue wat deur die blad se bestendige verlede geskep is", die "ergste verhoed [het] en daarvoor gesorg [het] dat hy met opoffering aan die gang gehou is tot beter dae aangebreek het". Sy grootste mededingers, *Die Brandwag* en *The Outspan*, het gevou, en wêreldwyd het "groot en bekende tydskrifte ... ondergegaan". Dit het "baie laat wonder ... of die tydskrif, en veral die algemene tydskrif, iets was wat tot 'n verbygegane tyd behoort het". Een van die belangrike oorsake was verstedeliking tydens en ná die Tweede Wêreldoorlog. 'n Feitlik "nuwe publiek [het] ontstaan met ander waardes en ander vorme van vermaak en ontspanning en 'n ander temperament as die plattelanders van die verlede". Dit het *Landbouweekblad* minder geraak, "want die plattelanders het sy publiek gebly". Belangriker dalk: "Boonop was hy die vakblad van die boeregemeenskap, wat hul blad nie vir vermaak en ontspanning gelees het nie." Die blad het in die jare vyftig inderdaad 'n hoogtepunt bereik, waarna hy sy posisie gehandhaaf het, hoewel boere minder geword het.

3.5 Kosie Stofberg en “Boer soek ’n vrou” – 1950’s-styl

Die ontvolking van die platteland het “op ’n besondere manier vir *Landbouweekblad* van belang geword” omdat “nooiens vir die jong boertjies op die plase so skaars geword het” (Spies 1992a:372). Dit het gesorg vir ’n rubriek wat die blad “’n vasstrapplek in die dorpe en stede gegee het en waarskynlik tot nuwe sirkulasie vir die blad bygedra het”.

Ene Kosie Stofberg het in 1955 gekla oor “die skaarste aan nooiens”. Die “plattelandse nooiens gaan stad toe, waar die stadsjapies nagte deur met die plaasmeisies op die dansvloer boer terwyl ons op die plaas met verkleumde lammers moet sukkel”. Meer briewe het gevolg, en “die nooiens het hulle nie onbetuig gelaat nie”. Daar was nog “opregte plaasnooiens te vinde” wat graag ’n boertjie soos Kosie wou ontmoet, het hulle geskryf. Toe “reën dit briewe”. Kan *Landbouweekblad* dan nie diesulkes help om mekaar te vind nie ...? Die redaksie was eers bang dit raak “’n goedkoop huweliksbyro”, maar het toe tog ’n rubriek in September 1955 begin. “By die Opsitkers – Briewe van Jong Mense” is agter in die blad “weggesteek”, omdat die redaksie onseker was oor wat die reaksie sou wees. Dit was ook eksklusief “net vir plaasmense”, maar die protes uit stede was “so luid dat die kraalhekke vir almal oopgemaak is”. Dit het “’n landwyse vrolikheid afgegee”. Só baie briewe het “ingestroom” dat personeel “afgesonder” moes word om dit te hanteer.

In die 21ste eeu is die rubriek steeds volstroom aan die gang, en sedert Januarie 2013 ook digitaal (De Vos 2013). Die aanlyn “Opsitkers” het nou die subtitel “Vind jou vlam”. Sedert 1955 het die rubriek nog elke week in die tydskrif verskyn. Die afgelope paar jaar word ’n gewilde kykNET-reeks, *Boer soek ’n vrou*, as sinergieprojek binne Media24 aangebied.

Die blad het in ’n sekere sin ook in stedelinge se hunkering na die landelike voorsien. Een leser het byvoorbeeld geskryf dat die blad se invloed op die “volkslewe” wyer as die landbougemeenskap strek (Moolman 1990:15). Die leser het gemeen die blad moet in elke huis gelees word,

nie om daarmee bloot die stadsdrukte te ontvlug nie, maar om ’n gebalanseerde en ewewigtige lewensbenadering te bewaar. Op sy beskeie manier bou dit aan ’n nugtere en gesonde uitkyk op die lewe. Dit voed vaderlandsliefde. Dit voorsien ook in so ’n groot leemte van ons stadsjeug wat hulle self tevrede moet stel met ’n paar duiwe of kapokhoendertjies in die oorvol agterplaas.

3.6 Tegnologie, politiek, modernisering en digitalisering

Die uitgawe van 18 Augustus 1964 was die eerste voorblad wat met die diepdrukproses gedruk is, en artikels het ook van toe af in volkleur verskyn (Verster 2011). Die blad se 50ste-jubileum-uitgawe (sien Figuur 4) is waarskynlik een van die mooiste gedenkvoorblaaie nóg vir ’n blad. Wat die tegnologie betref, was die diepdruckuitgawe van 12 Oktober 1971 tot in daardie stadium die grootste vernuwing in *Landbouweekblad* (Spies 1992a:373). Die redakteur, Piet Daneel, het die blad bestempel as Suid-Afrika se “grootste, mooiste en beste tydskrif”. Vanaf dié uitgawe was die bekende geel bladsye ook deel van die tydskrif. Die titel is verander na slegs *Landbouweekblad*, sonder die “Die” en die koppelteken (Verster 2011). Die sirkulasie het in net vier weke met 5 000 tot 84 000 gespring. ’n Jaar later was dit 91 000,

en in September 1973 is 'n rekordmaandsyfer van 96 498 behaal. Die sesmaandsyfer vir die tydperk Julie tot Desember 1973 was meer as 93 000.



Figuur 4: *Landbouweekblad* se 50ste-jubileum-uitgawe in 1969.

Maar stadig maar seker het die politieke-ekonomiese werklikheid die blad se teikenmark ingehaal. Met die aftakeling van apartheid moes die blad “die moeilike probleem hanteer van die boerebevolking wat hul historiese bevoorregte posisie verloor het” (Spies 1992a:374). Daar was boonop “’n [r]ampspoedige droogte van etlike jare, gepaard met die staat se veeverminderingkema en ’n ekonomiese insinking weens sanksies” wat dit “vir baie onmoontlik gemaak [het] om aan die gang te bly” (Spies 1992a:376). Dit het *Landbouweekblad* se sirkulasie van 93 000 in 1973 tot 64 000 in 1990 laat daal. Ongeveer 30 000 boere het weens droogtes en ekonomiese faktore uit die landbousektor verdwyn (Verster 2011). In 2008 was die sirkulasie sowat 43 000 per week (Smith en Du Preez 2008:3). Die jongste geouditeerde syfer is 29 400 (SA Media Facts 2018). Die blad se formaat het in 1977 met die 7 Januarie-uitgawe verander na die maklik-hanteerbare A4-tydskrifformaat (Verster 2011).

Nadat die sirkulasie in die laat 1970’s sy toppunt van 93 000 bereik het, het dit afgeneem soos al hoe meer boere uit die landbou getree het (Smith en Du Preez 2008:2). Voortdurende droogtes, waaronder ’n rampdroogte in 1979/80, asook ekonomiese faktore, het die boeregetalle met 30 000 laat verminder. Van net voor 1994 tot 1996, toe landbou deel geword het van ’n vryemarkstelsel, die landboubemarkingsrade afgeskaf is en regeringsondersteuning van boere gestaak is, is die getalle verder uitgedun en in 2008 was die aantal boere ongeveer 40 000. Die blad het in dié moeilike tye “deur middel van artikels, nuusberigte en rubrieke boere bygestaan en hulle raad gegee oor hoe om by hierdie vinnig veranderende landbou-omgewing aan te pas en te oorleef”, ook waar hulle moet meeding met “oorsese boere wat aansienlike geldelike steun van hul regerings ontvang”.

'n Poging om die Engelse landboumark te bedien, is in 1980 met *Farming Digest* begin – of soos dit gestel is: “'n aanslag [is] op die Engelse mark gemaak” (Spies 1992b:424). *Farming Digest* is egter in Desember 1982 gestaak (Spies 1992b:424). Dit is op goeie tydskrifpapier gedruk en was “ryklik geïllustreer met 'n ruim aantal bladsye in volkleur”. Dié “aanslag” op die Engelse mark het bestaan uit Engelse vertalings van 'n keur van artikels van die vorige maand se *Landbouweekblaaie*. Daar was volgens berekening in 1981 altesame 11 700 Engelssprekende boere. Die blad het die meerderheid, 8 725, bereik, wat “baie bevredigend” was, maar daar was nie advertensiesteun nie, en die redaksie moes in Desember 1982 “met spyt” aankondig dat dit die laaste uitgawe was weens die “ekonomiese slapte” en te min advertensiesteun (Spies 1992b:425).

Landbouweekblad het in dieselfde tyd die elektroniese era betree toe die redaksionele produksieproses in 1980 oorgeskakel het na die sogenaamde Atex-stelsel (“Burger se rekenaar ‘praat’ Afrikaans” 1990). *Die Burger* was die eerste van Naspers se publikasies wat oorgeskakel het toe Naspers vyf PDP11/34-rekenaars gekoop het; daarna het *Huisgenoot* en *Landbouweekblad* gevolg. Vir dié nuwe era moes ook nuwe terminologie bedink word, en van die woorde wat nuwe betekenis gekry het of nuutskeppinge was, was onder meer *gewels*, *lêers*, *aanmeld*, *indekse*, *merker*, *drukker* en *drukstuk*.

Buiten dat tikmasjiene met rekenaars vervang is, is die “omslagtige” loodsetproses ook uitgeskakel, “wat beteken het dat joernaliste self verantwoordelikheid moes neem vir akkurate setwerk en proeflees” (Smith en Du Preez 2008:3). Ook in dié tyd het *Landbouweekblad* saam met al sy susterpublikasies na die Heerengracht geskuif. Vir die redakteur van toe, Piet van Niekerk, was die skuif uit die beknoptheid van Keeromstraat na kantore so groot soos “wye vlaktes” by Heerengracht 40 “omtrent soos wanneer 'n hoeweboer skielik 'n landgoed erf”. Boonop: *Landbouweekblad* staan byna letterlik op “die regte aarde, want die Nasionale Pers-sentrum staan op grond wat destyds van Klipheuwel se boerwêreld af ingery is” (Heerengracht 401981:18; die verwysing is na die Strandgebied wat met grond uit die Swartland opgevul is).

Van 1987, met Pienaar Smit as redakteur, is die blad se inhoud “ingrypend” verander met artikels oor onder meer finansies en ekonomie, arbeidsverhoudinge, versekering en boedels, en meganisasie en bestuur (Verster 2011). Die vertrekpunt was dat boere deur “die uitskuif van staatsubsidies en beheerde pryse, asook gesubsidieerde oorsese produsentepryse waarmee hulle moet meeding”, verplig was om hulle boerderye soos besighede te bestuur.

Omstreeks 1993 het 'n nog groter omwenteling gevolg toe tydskrifbladsye elektronies opgemaak is voordat dit direk na die drukkerij gestuur is (Smith en Du Preez 2008:3). Die “vestiging van die produksieprosesse was 'n totaal nuwe terrein vir redaksiemense en dit het nie sonder haakplekke en heelwat koppestamp verloop nie”, hoewel spertye “wonder bo wonder gehaal [is] en die tydskrif ... elke week betyds op die winkelrakke [was]”.

Vanaf 1997 het Naspers veral gefokus op digitalisering, ook van die nuusaanbod, en ook landbounuus het in die dot.com-digisfeer gearriveer. Die maatskappy se eerste stap in sy e-strategie was die stigting van MWEB as internetdiensverskaffer dieselfde jaar (Media Questions s.j.). Buiten die internasionalisering van die maatskappy, wat moontlik was ná die 1994-verkiezing, is 'n reeks plaaslike inhoudsplatforms gestig. Daaronder was news24.com, die e-handelwinkel kalahari.net, eers vir boeke, maar later ook ander kleinhandelprodukte,

sakenus deur fin24.com, en die laaste, maar nie die minste nie, landbounus deur agri24.com (intussen gesluit). Die internet het toe net 1% van maatskappy-inkomste vir die jaar opgelewer, vergeleke met betaal-TV se 56%, met die res uit die drukmediasektore.

Twee jaar later, in 1999, het die tydskriftesektor onder Salie de Swardt verder gedentraliseer met vier groepe onder vier uitvoerende hoofde: die vrouetitels (met Patricia Scholtemeyer die eerste vroulike uitvoerende bestuurder by Naspers), die gesinsblaaie, die finansblaaie, en die landbousake-eenheid bestaande uit *Landbouweekblad* en Agri24.com (Vosloo 1999). Redakteur Jean du Preez was die eerste hoof van dié sake-eenheid (Verster 2011). Ondanks die reeds groot politieke druk op die landbousektor kon *Landbouweekblad* steeds groei. Nie net “organiese” nuwe titels soos *Farming SA* en Landbou.com het ontwikkel nie, maar *SA Jagter/Hunter* is in 2006 aangekoop (De Swardt en Brand 2008:s.bl.). Splinterprodukte, soos veeartseny-handleidings, was “byna oornag ’n suksesverhaal” (Verster 2011). Met Du Preez se uittrede in 2007 was die sake-eenheid hoogs winsgewend, met ’n omset van R86 miljoen. Die tydskrif het met desentralisering direk beheer verkry oor dienste aan sy lesers asook oor sy eie sakebedrywighede – en belangriker, sy winsgewendheid (Smith en Du Preez 2008:3). *Farming SA* is ’n tydskrif vir opkomende boere wat aan die begin van die 2008/2009-boekjaar as ’n afsonderlike publikasie die mark betree het, en die tydskrif se webwerf, Landbou.com, word verder uitgebou (Smith en Du Preez 2008:3).



Figuur 5. Hierdie foto bevat waarskynlik dié elemente wat *Landbouweekblad* so geliefd onder sy teikenmark maak: ’n voorbeeld van ’n pragdiër en ’n besondere verhouding tussen mens en dier. Andries Gouws, toe *Landbouweekblad* se assistentredakteur, het met dié foto die eerste prys gewen in ’n kompetisie van die Internasionale Federasie van Landboujoernaliste in 2005. Die foto is in Oktober 2004 by die Windhoek-landboutentoonstelling geneem met die twee beoordelaars wat ’n blaaskans op ’n bul se rug geneem het.

Wat drukwerk betref, is die blad se geelbladsye vanaf die 9 Oktober-uitgawe in 1997 by PaarlWeb gedruk (Verster 2011), en sedert 2016 by Novus). Met die uitgawe van 2 Augustus 2000 het die mashoof se tipografiese ontwerp verander sodat *weekblad* (in onderkas) bokant *LANDBOU* (in hoofletters) verskyn (Verster 2011) (Figuur 6). Vanaf die uitgawe van 27 September 2000 het PaarlWeb die drukoplaag van toe, 61 000, in sy geheel gedruk, en vanaf die 21 Mei 2010-uitgawe het die geelbladsye ook kleurfoto's gehad.



Figuur 6: Die blad se mashoof met sy eerste uitgawe in sy eeufeesjaar: pasgebore tweelinglammertjies as simbool vir die nuwe jaar se groei en potensiaal.

Intussen was dit duidelik dat die koste van die digitale beleggings slopend op die maatskappy is. Reeds in 2001 het die nuwe sektor wat Naspers se “ou” bedrywighede gehuisves het, en wat die digitale brug moes slaan na nuwe media, Media24, swaar getrek aan sy beleggings in die internetbedrywighede. Dit het winste aansienlik weggekalwe (De Swardt 2001:6):

As ons die IT-ondernemings vandag sou sluit en die hoë lopende koste uit die vergelyking haal, sou ons winssyfers oornag drasties styg. Media24 as leidende figuur op mediagebied kon dit egter nooit eens oorweeg om nie op beduidende skaal by die internet betrokke te raak nie.

De Swardt het ook verwys na die strategie om die maatskappy sterk te vestig op terreine waar hy reeds kundigheid gehad het, en het spesifiek na die landbousektor verwys.

Wat betref ander unikums rakend *Landbouweekblad* kan dit waarskynlik gestel word dat die langste ononderbroke rubriek deur een persoon die “Hart tot Hart”-rubriek is wat deur Kobus van der Westhuyzen vir die blad geskryf word (Medewerker 2013:17). Die rubriek is in April 1970 begin toe “Ds. Kobus” se voorganger, A.J. van der Merwe, hom gevra het om hom vir ’n paar weke af te los. Weke het jare geword en jare dekades (De Vos 2013). Die gevolg: “Ds Kobus” het die rubriek in 2019 al vir so te sê die helfte van *Landbouweekblad* se 100 jaar geskryf. Sy “geheim” is “blote genade” – “’n werklikheid wat boere wat elke dag uitgelewer is aan die nukke en grille van die natuur waaroor hulle geen beheer het nie, so goed kan verstaan” (De Vos 2013). Die “taalkundige eenvoud” van sy rubriek was raad van ’n vorige redakteur: om in “gewone taal vir gewone mense” te skryf. “Moenie hoogdrawend wees en met ingewikkelde teologie kom nie. Skryf die eenvoudige taal van die mense.” In *Landbouweekblad* se eeufeesjaar word Van der Westhuyzen se rubriek afgewissel met dié van ’n ander skrywer.

3.7 Die blad en Afrikaans

Die kwessie van die ontwikkeling van Afrikaans word kortliks belig, aangesien die taal teen 1919 nog nie as taal erken was nie. Selfs sy stigtingsmaatskappy het in daardie stadium Afrikaans en Nederlands as twee afsonderlike tale beskou, en sigself as Nederlandstalig eerder as Afrikaanstalig beskou, soos blyk uit sy Oprichtersvergadering, asook sy naam, De Nationale Pers, Beperkt, en notules wat in Nederlands gehou is (Rabe 2015:10). Die maatskappy het in Desember 1921 ’n direksiebesluit geneem om sy naam te verafrikaans (Rabe 2018a:815); ook was die eerste uitgawe in Januarie 1922 van sy vlagskip, *De Burger*, nou amptelik *Die Burger* met Afrikaans die amptelike taal vir sy inhoud. Voorheen is berigte en briewe van lesers in óf Nederlands óf Afrikaans geplaas, maar nie in ’n mengsel van die twee nie. Afrikaans het in 1925, ses jaar ná *Landbouweekblad* se stigting, amptelike taalstatus naas Nederlands en Engels gekry (Giliomee 2012:294). *De Burger* se redaksie het Hollands, of “vereenvoudigde Nederlands”, vir die koerant gebruik, maar in die heel eerste uitgawe was daar ook reeds bydraes in Afrikaans (Steinmeyer 1946:159). Soms was Hollands en Afrikaans só geradbraak dat die *Burger*-redaksie nie kans gesien het vir die aanpassing na die een of die ander nie, en briefskrywers moes óf in Afrikaans óf in Hollands skryf, want “taalvermenging” sounie geduld word nie (Muller 1990:201–5). Met die verskyning van *Die Landbou-weekblad* het *Huisgenoot* “’n bietjie taalraad” gegee:

Ons wens die redakteur aan te raai om te probeer om sover molik na eenvormigheid van spelling te streef en nie aan elke medewerker sy eie skryfvorm te laat nie. Verder moet hy stryd voer teen anglismes en onnodige vreemde woorde. Dit is noodsaaklik dat hieraan aandag sal gegee word omdat die blad in duisende Afrikaanse huisgesinne sal gelees word.

In 1935 het *Landbouweekblad* 'n groot bydrae gelewer tot tegniese Afrikaans deur 'n lys motortermes te publiseer (Spies 1992a:368). M.C. van Sandwyk, wat van 1923 af 'n weeklikse motorrubriek in *Landbouweekblad* geskryf het, het in 1935 dié eerste lys van Afrikaanse motortermes gepubliseer. Dit is as “pionierswerk” beskryf. Sy rubriek was boonop vir die blad “van groot waarde” danksy die inkomste uit motoradvertensies – nog 'n bewys van Naspers se kulturele en ekonomiese strewe (of diens- en winsmotief) wat mekaar met groot sukses aangevul het.

4. *Landbouweekblad* in die 21ste eeu – slotsom

In 1969, met die blad se 50ste jubileum, is geskryf dat dit “opgestaan [het] toe veral die boerderybedryf so byna-byna op sy knieë was” en dat die boer *Landbouweekblad* as sy bondgenoot gesien het (Landbouweekblad 1969:88). In 2008 is geskryf: “Net soos in die dertigerjare, bevind die tydskrif hom op die vooraand van sy negentigste bestaansjaar in 'n wêreld waarin ekonomiese storms woed en van resessie gepraat word” (Smith en Du Preez 2008:3). Maar in 2008, “anders as in daardie eerste dekade of twee, is *Landbouweekblad* en sy boerelesers hierdie keer beter toegerus om die aanslae te oorkom”. Die blad het toe reeds nege dekades oorleef, omdat hy nie gekroom het om by veranderende tye aan te pas en te vernuwe nie.

Die vraag is hoe die situasie gesteld is tien jaar later met die blad se eeufees te midde van groot politieke onstabiliteit, ernstige misdaad- en geweldvlakke, asook ernstige klimaatsveranderings.

Die rol wat *Landbouweekblad* in die bestaan van sy maatskappy gespeel het, kan gesien word daarin dat die maatskappy-argivaris in 2011 meer as 6 000 trefslae na die tydskrif op die Naspers-maatskappy-argief se soekenjin gevind het (Verster 2011). Die rol wat die tydskrif as barometer van die klimaat wat betref die sosiopolitieke gebied gespeel het, is nie kwantitatief meetbaar soos trefslae in 'n maatskappy-argief nie. 'n Mens kan egter sê die blad voldoen aan die kriteria van wat 'n tydskrif as sosiale barometer is deur die lesings wat hy weerspieël het om, as voorbeeld, die dringende noodsaak van 'n grondhervormings-konferensie in te sien en inderdaad dan die leiding te neem om dit self aan te bied.

Die onsekerheid in die sektor kan gesien word in die vooruitskatting van statistiek rondom kommersiële boere – wat op hul beurt waarskynlik onteenseglik dié waarborg vir voedselsekerheid in Suid-Afrika is. Volgens een bron het Suid-Afrikaanse boere van 61 000 in 2006 tot 46 000 in 2012 en 38 000 in 2015 verminder (Gericke 2018). Die voorspelling is dat hulle in 2030 slegs 8 000 sal tel. Die onstabiele politieke klimaat en grondhervormingskrisis, nie net vir die landbou nie, maar vir Suid-Afrika in sy geheel, spruit daaruit dat daar nie daad by die woord gevoeg is wat betref die herverdeling van grond sedert demokratisering in 1994 nie (Joubert 2012:581–99). Suid-Afrika se werkloosheidsyfer in 2010 was tussen 24% en 42%, afhangend van watter definisie gebruik is, en 'n deel van die probleem was 'n “stram loonstruktuur en indiensnemingsbepalings”. Ander onrealistiese doelwitte wat tot spanning gelei het, was dat 30% van bewerkbare landbougrond teen 2014 in swart besit moes wees. Dit is “bowendien deur korrupsie gekniehalter”. In 2012 het die

toekomstkundige Clem Sunter voorgestel dat 'n "landbou-Kodesa" gehou moet word sodat alle belanghebbendes deur onderhandeling 'n billike program vir die oordrag van grond kan uitwerk (Booyesen 2012:17). Hy het gewaarsku dat dit "net een toevallige gebeurtenis vereis vir Suid-Afrika om 'n soortgelyke revolusie as die Arabiese Lente te hê".

Landbouweekblad het in Augustus 2018 saam met Agri SA die grondhervormingskonferensie aangebied wat as "keerpunt in die hele gronddebat" beskryf is (*Landbouweekblad* 2018:22):

Meer as 600 belanghebbendes in die landbou het geluister hoe 65 sprekers vertel het watter planne hulle al beraam het om van grondhervorming 'n sukses te maak. Dit het die gesprek oor grond meer rasioneel gemaak en die klem op werkbare en volhoubare oplossings geplaas. ... 'n Paneel kundiges is saamgestel om die Regering te adviseer, en die ANC en Agri SA het in gesprek getree. Tydens hierdie gesprek ... het die ANC by herhaling gesê eiendomsreg word nie bedreig nie, grondgrype sal nie geduld word nie en grond sal net in uitsonderlike gevalle sonder vergoeding onteien word.

Ook wat betref diversifisering wat nuwe media en nuwe markte betref, kan *Landbouweekblad* as aanduider van die tydsgewrig waarin hy funksioneer, beskryf word. 'n Rubriek soos sy "Opsiters" is reeds jare lank aanlyn beskikbaar. Hy publiseer ook spesialispublikasies, van kosboeke tot veeartsenygidse, asook 'n blad vir opkomende boere. 'n Landbouwebwerf, <https://www.netwerk24.com/landbou>, met die slagspreuk "Boer op ons werf", is aansienlik uitgebrei en is as 't ware die Suid-Afrikaanse boer se digitale "plaasvoorman". Hy het ook wat betref ander media-uitdagings vernuwe, met byvoorbeeld die TV-program *Landbouweekliks* wat weekliks op die TV-kanaal via uitgesaai word, met Ivor Price wat die eerste aanbieder was (Ivor Price soos jy 2018).

'n Mens kan die gevolgtrekking maak dat die blad oor sy tien dekades relevant gebly het. Dit blyk ook uit die mening dat *aanpasbaarheid* die "wonderwoord" is wat *Landbouweekblad* se langlewendheid gekenmerk het (Verster 2011). Die blad het inderdaad saam met sy lesersmark "nóg meer professioneel geword met 'n wetenskaplike benadering in sy artikels en meer deskundige aandag aan produksiefaktore, plaasbestuur en bemaking" (Spies 1992a:377). 'n Vaktydskrifstyl is gevolg met bydraes oor geldsake, die ekonomie, arbeid, versekering, meganisasie, rekenaars, sakenuus en die aandelebeurs. In 1992 is geskryf dat die "ideaal van eendragtige samewerking" van "'n kundige en opgeleide boeregemeenskap" vanaf die begin een van die hoofogmerke van die tydskrif was.

In 2019 staan die bedryf wat die blad as teikenmark bedien voor reuse-uitdagings, maar gesien sy agtergrond, kan dit as gevolgtrekking gestel word dat die doelwitte van een eeu gelede steeds nagestreef word en dat die blad inderdaad oor 100 jaar as barometer vir die landboubedryf beskryf kan word. Inderdaad kan binne die landboukundige konsep van 'n barometer as aanduider van weerpatrone, en dus van wesensbelang vir die landbou wat betref goeie of slegte nuus, gesê word dat *Landbouweekblad* so 'n barometer in sy bestaan van 100 jaar was.

Bibliografie

Algemene bronne

Berger, A.A. 2011. *Media and communication research methods*. Thousand Oaks: SAGE.

Beukes, W.D. (red.). 1992a. *Boekewêreld. Die Nasionale Pers in die uitgewersbedryf tot 1990*. Kaapstad: Nasionale Boekhandel.

—. 1992b. *Oor grense heen. Op pad na 'n nasionale pers 1948–1990*. Kaapstad: Nasionale Boekhandel.

Booyens, H. 2008. Die geskiedenis van *Huisgenoot*. Vrae aan N. Hammann. Per e-pos aan skrywer van hierdie artikel verskaf op 10 Januarie 2013.

Booyesen, V. 2012. SA se kans ál beter om vrotter te vaar. *Die Burger Sake* 24, 15 Oktober 2012.

Briewe: Van toeka se tyd – 93 jaar gelede. 2012.
<http://m24lbarg01.naspers.com/argief/berigte/landbouweekblad/2012/11/02/LB/06/03.html>
(31 Desember 2018 geraadpleeg).

Brown, R.D. 2003. Microhistory and the post-modern challenge. *Journal of the Early Republic*, 23(1):1–20.

Burger se rekenaar “praat” Afrikaans. 1990. Bylae tot *Die Burger*. 31 Julie, bl. 14.

Carr, E.H. 1961. *What is history?* Londen: MacMillan & Co.

Claassen, G. 1998. Magazines. Life's own story, in De Beer (red.) 1998.

Company History. Naspers Tydlyn. 1915–2011. www.naspers.com/company-history_1915-2009.php (27 Augustus 2013 geraadpleeg).

Conboy, M. 2012. *How Journalism uses history*. New York: Routledge.

De Beer, A.S. (red.). 1998. *Mass Media towards the Millennium*. Pretoria: Van Schaik, Pretoria.

De Kock, W. 1982. *A manner of speaking*. Kaapstad: Saayman & Weber.

De Swardt, S. 2001. Sterk winspatroon nagestreef. Bylae tot *Finansies & Tegniek*. 25 Mei 2001.

- De Villiers, E. 2009. Negotiating femininity: SA teenage girls' interpretation of teen magazine discourse constructed around *Seventeen*. Ongepubliseerde MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.
- Du Plessis, J.H.O. 1943. Die Afrikaanse pers: 'n studie van die ontstaan, ontwikkeling en rol van die Hollands-Afrikaanse Pers as sosiale instelling. Doktorale proefskrif, Universiteit Stellenbosch.
- Du Plessis, S.J. 1976. *Bewerk en bewaak. Die taak en toekoms van landbou in Suid-Afrika*. Pretoria en Kaapstad: Academica.
- Du Plooy, G.M. (red.). 1995. *Introduction to communication*. Kenwyn: Juta.
- Ekron, Z. 2010. An internet strategy for a niche magazine: a uses and gratifications approach. MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.
- Fourie, P.J. 2007. Approaches to the Study of Mass Communication. In Fourie (red.) 2007.
- Fourie, P.J. (red.). 2007. *Media studies. Media history, media and society*. 2de uitgawe. Kenilworth: Juta.
- Froneman, J. 2004. Dominante motiewe in die transformasie van *Huisgenoot*, 1916–2003. *Ecquid Novi*, 25(1):61–79.
- Furet, F. 1983. Beyond the Annales. *The Journal of Modern History*, 55(3):389–410.
- Gericke, M. 2018. Net 8 000 kommersiële boere teen 2030 oor? Netwerk24. 14 November 2018. <https://www.netwerk24.com/Nuus/Politiek/net-8-000-kommersiele-boere-teen-2030-oor-20181114> (20 November 2018 geraadpleeg).
- Giliomee, H. 2003. *The Afrikaners. Biography of a people*. Kaapstad: Tafelberg.
- . 2012. 'n “Gesuiwerde” nasionalisme, 1924–1948. In Pretorius (red.) 2012.
- Giliomee, H. en B. Mbenga. 2007. *Nuwe geskiedenis van Suid-Afrika*. Kaapstad: Tafelberg.
- Given, L.M. (red.). 2008. The SAGE encyclopedia of qualitative research methods. Deel 1. Thousand Oaks, Kalifornië: SAGE.
- Goslett, V. 2015. Byt vas, Boere! <https://www.pressreader.com/south-africa/landbouweekblad/20150123/281578059050709> (13 November 2018 geraadpleeg).
- Hofmeyr, J.W. 2012. Die Afrikaanse kerke in die 20ste eeu. In Pretorius (red.) 2012.

Holmes, T. en L. Nice. 2012. *Magazine journalism. Journalism studies: Key texts*. Los Angeles: SAGE.

Ivor Price soos jy hom nog nooit gesien het nie.
<https://www.netwerk24.com/landbou/Landbouweekliks/kyk-ivor-price-soos-jy-hom-nog-nooit-gesien-het-nie-20180122> (13 November 2018 geraadpleeg).

Jensen, K.B. (red.). 2002. *A handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. New York: Routledge.

Johnson, S. en P. Prijatel. 2007. *The magazine from cover to cover*. New York: Oxford University Press.

Joubert, J.-J. 2012. Die demokratiese puberteit. In Pretorius (red.) 2012.

Koorts, L. 2014. *D.F. Malan en die opkoms van Afrikaner-nasionalisme*. Kaapstad: Tafelberg.

Laden, S. 2001. Making the paper speak well, or, the pace of change in consumer magazines for black South Africans. *Poetics Today*, 22(2):515–48.

—. 2015. Who's afraid of a black bourgeoisie? Consumer magazines for black South Africans as an apparatus of change. *Journal of Consumer Culture*, 3(2):191–216.

Landbouweekblad. 1919. 21 Mei, ble. 4, 7, 36.

—. 1945. 1 Augustus, bl. 17.

—. 1951. 10 Januarie, bl. 7.

—. 1952. 26 Maart, bl. 83.

—. 1954. 29 Desember, bl. 7.

—. 1956. 18 Mei, bl. 30.

—. 1969. 6 Mei, bl. 88.

—. 2018. 21-28 Desember, bl. 22.

LBW “bestaan” eintlik nie. 1990. *Feesbylae. Nasionale Pers 1915–1990*:61.

Lundy, K.S. 2008. Historical research. In Given (red.) 2008.

- Macnamara, J. 2005. Media Content Analysis. Its uses, benefits and best practice methodology. *Asia Pacific Public Relations Journal* 6(1):1–34.
- Malan, H.R. 1965. Die groei van die Nasionale Pers. In Scannell (red.) 1965.
- McKay, J. 2000. *The Magazine Handbook*. New York: Routledge.
- Medewerker. 2013. Ds. Kobus gee ná 43 jaar steeds raad en insig aan boere. *Die Burger* 19 Oktober 2013.
- Moolman, A.M. 1990. Landboutydskrifte as kultuurhistoriese bron – ’n studie van *Die Landbouweekblad* en die *Farmer's Weekly* (1945-1961) aan die hand van ’n aantal geselekteerde kultuuraspekte. Ongepubliseerde MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.
- Morris, M. 2012. *Apartheid: An illustrated history*. Jeppestown: Jonathan Ball.
- Mott, FL. 1938. *The History of American Magazines I & II*.
<https://quod.lib.umich.edu/cgi/t/text/text-index?c=acls;cc=acls;view=toc;idno=heb00678.0001.001> (26 November 2018 geraadpleeg).
- Mouton, J. 2001. *How to succeed in your master's or doctoral studies. A South African guide and resource book*. Pretoria: Van Schaik.
- Muller, J. 1987. Press houses at war: A brief history of Nasionale Pers and Perskor. In Tomaselli, Tomaselli en Muller (reds.) 1987.
- Muller, C.F.J. 1990. *Sonop in die suide*. Kaapstad: Nasionale Boekhandel.
- Nänny, P. 2007. Vooruitsigte van die Afrikaanse tydskrifmark: die lewenskragtigheid van Afrikaans, en hoe dit manifesteer in die lewenskragtigheid van Afrikaanse tydskrifte oor die korttermyn. Ongepubliseerde MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.
- Navasky, V.S. en E. Cornog. (reds). 2013. *The art of making magazines*. New York: Columbia University Press.
- Odiambo, T. 2008. The black female body as a “consumer and a consumable” in current *Drum* and *True Love* magazines in South Africa. *African Studies*, 67(1):71–80.
- Ons taak ná 50 jaar. 1987. *Oosterlig* 50, bylae tot *Oosterlig*. 20 Augustus, ble. 2; 22.
- Precht, R.D. 2017. “*Erkenne dich selbst*”. *Eine Geschichte der Philosophie II*. München: Wilhelm Goldmann Verlag.
- Pretorius, F. (red.). 2012. *Geskiedenis van Suid-Afrika: van voortye tot vandag*. Kaapstad: Tafelberg.

Pretorius, L. 2009. Bylae: Landbouweekblad 90 jaar – 1919 – 2009: Die redakteurs lei tydskrif nuwe tydvak in. *Landbouweekblad* 28 Augustus 2009, bl. 19.
<http://m24lbarg01.naspers.com/argief/berigte/landbouweekblad/2009/08/28/LB/19/01.html> (2 Januarie 2019 geraadpleeg).

Querusio, D. 2013. Getting with the Times: magazines as social barometers.
http://capricorn.bc.edu/wp/671/weekly_102814_querusio (5 November 2018 geraadpleeg).

Rabe, L. 1985. Die ontstaan en ontwikkeling van *Sarie Marais* as massatydskrif vir die Afrikaanse vrou. MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.

—. 2014. Reflections on writing about writing media history, or, the mapping of certain paradigms and certain philosophies in researching a media historiographical project. *Historia*, 59(2):10–27.

—. 2016. *Huisgenoot* as tydgenoot: 'n mediageskiedkundige kroniek van 'n tydskrif as "skrif" van sy tyd. *LitNet Akademies* 13(3):55–84. https://www.litnet.co.za/wp-content/uploads/2016/12/LitNet_Akademies_13-3_Rabe_55-84.pdf.

—. 2018a. 'n Gevallestudie: 'n Mediahistoriografiese verkenning van 'n vroeë rubriek en 'n latere effektheorie-uitspraak. *Tydskrif vir Geesteswetenskappe*, 58(4[1]):809–25.

—. 2018b. Four South African "sunrises", four cartoons, four eras and the cyclical nature of history. *Historia*, 63(1):178–200. <http://dx.doi.org/10.17159/2309-8392/2018/v63n1a9>.

Rabe, L. (red.). 2015. *Konstante revolusie. Naspers, Media24 en oorgange*. Kaapstad: Tafelberg.

Raphaely, J. 2012. *Unedited*. Kaapstad: Associated Magazines.

Rossouw, E. 2005. Die fragmentasie in die Suid-Afrikaanse vrouetydskrifmark: die invloed van "vrou-gerigte" nistydskrifte op die "tradisionele algemene belangstelling"-vrouetydskrif. MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.

Rossouw, E. en L. Rabe. 2014. Women's magazines in a 21st century democratic South Africa: merely parrot-talk or truly shape-shifters? IAMCR 2014, Hyderabad, 15–19 Julie 2014.

Rubin, R.B., A.M. Rubin en L.J. Piele. 2005. *Communication research: strategies and sources*. Belmont, Kalifornië: Wadsworth.

SA Media Facts. 2018. http://www.ond.co.za/media_facts/OND_Media_Facts_2018.pdf (5 Januarie 2019 geraadpleeg).

Scannell, J.P. 1965. *Keeromstraat 30: gedenkbundel vir die vyftigste jaar van Die Burger*. Kaapstad: Nasionale Boekhandel Beperk.

Scannell, J.P., J.C. Steyn en H. Keyser. 1992. Opvoedkundige uitgewerye. In Beukes (red.) 1992a.

Scannell, P. 2002. History, media, communication. In Jensen (red.) 2002.

Scholtz, G.D. 1988. Die Afrikaanse koerant: só het hy ontstaan. Bylae, *Jaar van die Koerant*. 31 Augustus, ble. 10–1.

Scholtz, L. 2010. *Die Burger* vir vólle 95 jaar. *Die Burger* 95, bylae tot *Die Burger*. 26 Julie, bl. 3.

Sonderling, S. 1995. Historical research in communication. In Du Plooy (red.) 1995.

Spies, J.J. 1992a. Tydskrifte in 'n ander wêreld. In Beukes (red.) 1992b.

—. 1992b. Oor die taalgrens. In Beukes (red.) 1992b.

Steinmeyer, J. 1946. *Spykers met koppe*. Kaapstad, Bloemfontein en Port Elizabeth: Nasionale Pers, Bpk.

Sumner, D.E. en S. Rhoades. 2006. *Magazines. A complete guide to the industry*. New York: Peter Lang.

Tomaselli, K., R. Tomaselli en J. Muller (reds.). 1987. *The press in South Africa*. Bellville: Anthropos.

Townsend, S. 2004. Herposisionering/vernuwing in die Suid-Afrikaanse vrouetydskrifmark, met spesifieke verwysing na innoverende inhoud. MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.

Van der Linde, F. 2010. Magazines and their online counterparts: how magazine websites compete or complement the print publication in terms of circulation figures, advertising income and editorial content. MA-verhandeling, Universiteit Stellenbosch.

Van Wyk, J. 2009. Landbouweekblad 90 jaar – 1919 – 2009: LBW was 'n waardevolle leerskool. *Landbouweekblad*, 28 Augustus 2009, bl. 30.
<http://m24lbarg01.naspers.com/argief/berigte/landbouweekblad/2009/08/28/LB/30/02.html> (2 Januarie 2019 geraadpleeg).

Verbeeck, G. 2000. A new past for a new nation? Historiography and politics in South Africa – a comparative approach. *Historia*, 45(2):387–410.

Verster, F.P. 2011. *Landbouweekblad*: stem van die boer, hartklop van die platteland. MY24, Oktober 2011. As dokument sonder bladsynommers ontvang.

Visser, W. 2012. Die minerale revolusie. In Pretorius (red.) 2012.

Wigston, D. 2007. A history of South African media. In Fourie (red.) 2007.

Woolf, D. 2011. *A global history of history*. New York: Cambridge University Press.

Argivale bronne

Akte van Oprigting en Statuten van De Nationale Pers, Beperkt. 1921. Kaapstad, 8 Desember 1921. Geteken deur W.B. de Villiers (voorsitter) en W.A. Hofmeyr (sekretaris).

AL 4 15/1/2/1/685. Antwoorde op vraelys aan koeranteienaars. Naspers-Argief.

AL 4 15/1/2/1/685. Die stigting van “De Burger”. s.j. Naspers-Argief AL 4 15/1/2/1/685.

Cillié, P.J. 1978. Voorsittersrede. Jaarvergadering, 25 Julie. Naspers-Argief. AL04.

De Swardt, S. en H. Brand. 2008. Media24 Synopsis. Naspers Wiki-projek Media 24 Synopsis. Geskryf op 16.0.9.2008 deur Salie de Swardt en nagegaan op 26.09.2008 deur H. Brand.

De Vos, A. 2013. E-pos: 4 Julie 2013.

—. 2014. E-pos: 19 September 2014.

Fagan, H.A. s.j. Uit die vroeë dae van Die Burger. Handgeskrewe manuskrip. In navorser se persoonlike versameling.

Feesbylae. 1990. Nasionale Pers 1915–1990. In navorser se persoonlike versameling.

Gedenkuitgawe 2014. *Landbouweekblad* 95. Mei 2014. In navorser se persoonlike versameling.

Heerengracht 40.1981. Bylae tot *Die Burger*. 5 November, bl. 18. In navorser se persoonlike versameling.

Media Questions. S.j. History of MWEB. Dokument.

Smith, D. en J. du Preez. 2008 Naspers Wiki-projek LBW. *Landbouweekblad*. Van “voorlopige” tot voorspoedige tydskrif.

Vosloo, T. 1999. *Voorsittersrede: Jaarverslag Boekjaar 1999*. 6 Augustus 1999.

Eindnotas

¹ Gestig as *Die Landbou-weekblad*, later *Die Landbou-weekblad*, toe *Die Landbouweekblad*, vandag slegs *Landbouweekblad*. Vir die doeleindes van die artikel word deurgaans na *Landbouweekblad* verwys, buiten in gevalle waar die spesifieke spelling ter sake is.

² Met *ideologiese idealisme* word die volgende bedoel: doelwitte wat daarin sou slaag om 'n sekere Afrikanernasionale kultuur te bevorder. Met *markgedrewenheid* word die volgende bedoel: doelwitte wat nie net die tydskrif nie, maar ook sy maatskappy, en dus susterpublikasies, winsgewend sou maak en sou hou en dus ook die Afrikanerbevolking direk en indirek sou bemagtig.

³ In die afdeling oor die sosiopolitieke konteks van die ontstaan van *Landbouweekblad* word na die ontstaan van sy stigtingsmaatskappy, Nasionale Pers, en die morferings van die naam, verwys. In hierdie artikel word die benaming Naspers, soos dit vroeg reeds in die volksmond bekend was, ter wille van leesbaarheid gebruik.

⁴ Dié term word hier gebruik omdat historici dit vandag in die algemeen bo die voorheen gebruiklike Anglo-Boereoorlog (ABO) verkies, hoewel Suid-Afrika nie toe as 'n polities-geografiese entiteit bestaan het nie. Die rede vir die nuwe benaming, word geargumenteer, is dat dit meer inklusief is, aangesien dit nie net 'n oorlog tussen sogenaamde Boer en Britte was nie, maar ook lede van die swart bevolking betrek het. Die polities-geografiese Unie van Suid-Afrika in 1910 was ook 'n direkte gevolg van hierdie oorlog.

⁵ Die eerste prys wat die maatskappy ingestel het, die W.A. Hofmeyr-prys in 1954, was ter ere van Hofmeyr ná sy dood in 1953.

⁶ Ek het dit as dokument sonder aangeduide bladsynommers ontvang.

⁷ Geldenhuys was lid van 'n "pioniersfamilie aan die Rand", waar hy op 24 September 1889 in Johannesburg gebore is. Hy is op 28 Julie 1961 oorlede. Sy pa, ook Frans Eduard, en oom, Louwrens (Louw), het saam die plaas Braamfontein, later die gelyknamige voorstad, besit. Die plaas is later onderverdeel en Louwrens het sy deel na sy vrou, Emmarentia, vernoem, ook later 'n woonbuurt. Louw was parlamentslid vir Johannesburg-Noord. Die Laerskool Louw Geldenhuys in die woonbuurt Linden is in 1936 na hom vernoem (Briewe: Van toeka se tyd 2012; Goslett 2015).

⁸ De Vos, of Vossie soos sy algemeen bekend is, is 'n wandelende ensiklopedie wat *Landbouweekblad* betref. Die magdom institusionele kennis wat sy met haar saamdra, is uit my eie ervaring onvervangbaar. Sy werk sedert 1974 by Naspers en was sedert 1976 'n "onmisbare instelling" by *Landbouweekblad* (Verster 2011).